

2025 | 可持续发展报告

天下秀数字科技(集团)股份有限公司



目录

报告编制说明 01

关于天下秀 03

公司简介	03
业务领域	05
组织架构	07
所获荣誉与认可	08

议题重要性评估 09

议题重要性分析流程	09
尽职调查与利益相关方沟通	10
议题重要性分析结论	11

ESG 治理安排 13

环境篇

绿色运营先行，提升环境韧性 14

应对气候变化	14
绿色运营	18

社会篇

创新营销业态，责任驱动共赢 19

优质产品和服务	19
创新驱动	23
供应商管理	27
推动行业生态建设	31

科技向善而行，守护信任基石 34

负责任营销	34
数据安全与客户隐私保护	35
科技伦理	39

内育卓越人才，外塑永续社区 40

员工权益与福利	40
员工健康与安全	43
员工培训与发展	45
社会贡献与乡村振兴	50

治理篇

筑牢治理根基，合规致远护航 51

公司治理	51
合规运营	55
反商业贿赂及反贪污	59
反不正当竞争	62

ESG 数据表和附注 64

报告标准索引表 68

专有名词释义表 70



报告编制说明

本报告是天下秀数字科技（集团）股份有限公司第 2 份可持续发展报告，向各利益相关方披露公司在经营中对于可持续发展议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告范围

本报告范围涵盖天下秀数字科技（集团）股份有限公司及其附属公司（简称“天下秀”“公司”）。除非特别说明，与天下秀数字科技（集团）股份有限公司（股票代码：600556.SH）同期合并财务报表范围 1 致。

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 14 号——可持续发展报告（试行）》（简称“《指引》”）、《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》，并参照《上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》编制。

数据说明

报告中的数据 and 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，发布平台为证券交易所指定的信息披露平台。

联系我们

如对报告有任何建议，可通过以下方式与我们联系：

联系地址：北京市朝阳区三里屯西五街 5 号院 D 座

联系邮箱：ir@inmyshow.com

报告编制原则

◎ 重要性

公司识别出各利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司所处行业和经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“议题重要性评估”章节。

◎ 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数据表和附注”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。

◎ 平衡性

本报告内容反映客观、真实的事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚地披露。在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

◎ 清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中包含表格、模型图以及专有名词释义表等信息，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。

◎ 量化性

本报告披露关键定量披露项，具体详见“ESG数据表和附注”章节。

◎ 可比性

本报告对同一定量披露项在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若数据的采集、测量与计算方法有更改，对相关数据进行追溯调整，并在报告附注中说明调整的情况和原因，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司 ESG 数据水平发展趋势。

◎ 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。

◎ 时效性

本报告为年度报告，覆盖时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为此期间内数据。公司在报告年度结束后发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

◎ 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 企业环境、社会及公司治理绩效管理系统来管理 ESG 数据，所披露数据来源及计算过程均可追溯。

关于天下秀

公司简介

天下秀成立于 2009 年，是一家立足于红人新经济领域的平台型企业。作为以 AI、数据及算法能力为驱动的红人营销科技集团，公司致力于通过搭建广告主客户与红人、MCN 及主要第三方 UGC 平台之间的桥梁，成为全球红人营销行业的“超级连接器”，实现跨多个数字渠道的高效协作、营销内容传播及商业变现，用技术驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设。

天下秀基本情况

英文名称

INMYSHOW DIGITAL
TECHNOLOGY(GROUP)
CO., LTD.

上市情况

上海证券交易所主板上市
股票代码：600556.SH
股票简称：天下秀

注册地址

广西北海市四川路 356 号
北海软件园 3 幢

办公地址

北京市朝阳区三里屯西五
街 5 号院 D 座



公司名称

天下秀数字科技（集团）
股份有限公司

主要运营地

总部设在广西北海市，于北京、上海、天津、广东、香港等主要城市均有业务布局，并于日本、新加坡等海外国家开拓业务

资产总额

55.18 亿元

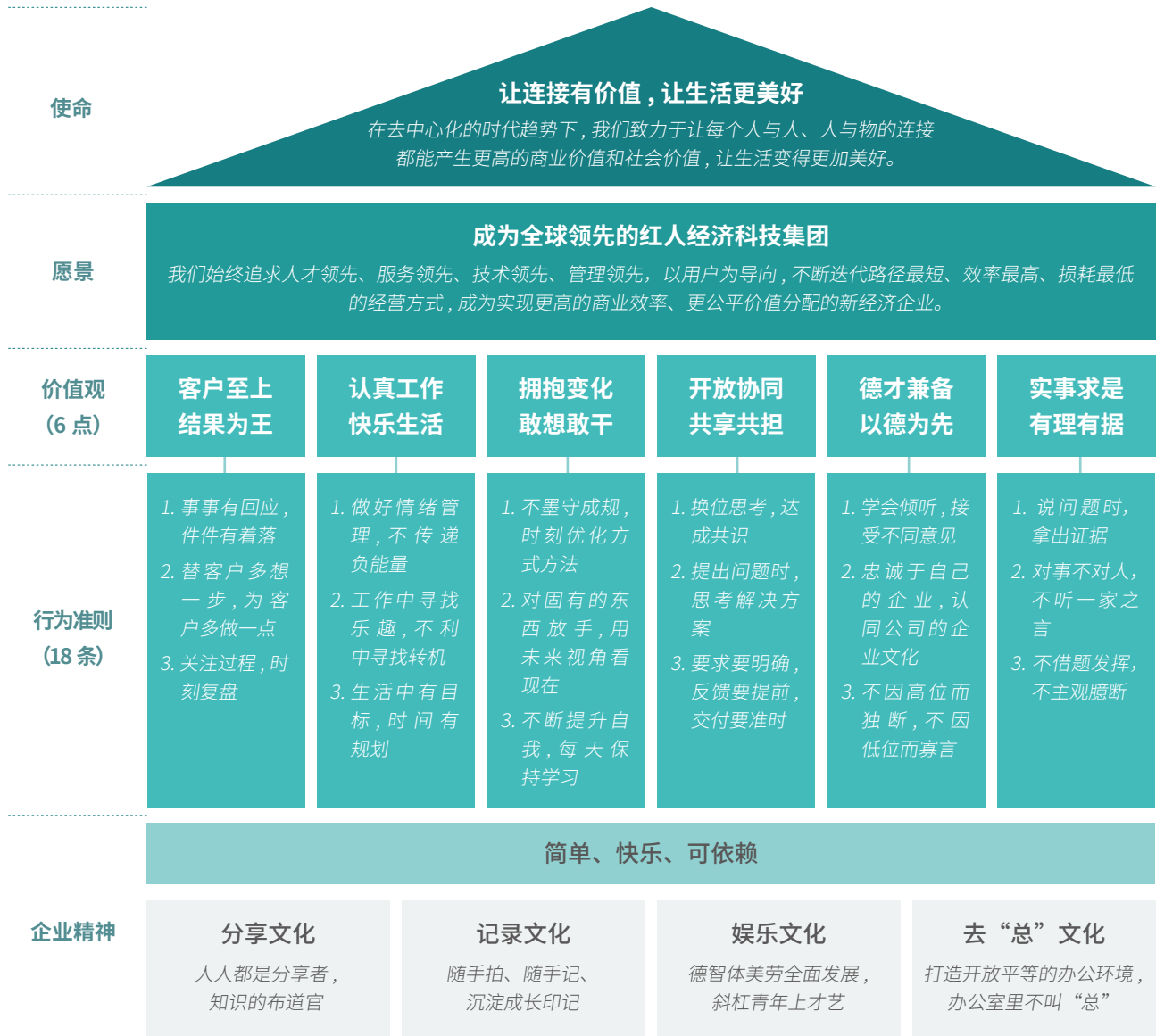
营业收入

39.04 亿元

员工总数

1,465 人

为了更好地引领公司未来的长远发展方向，打造天下秀独具特色的“秀气”，公司设计了天下秀企业文化体系，旨在为全体员工树立清晰的价值标尺与行动规范，将准则内化于心、外化于行，共同铸就基业长青的企业品格。



业务领域

红人营销解决方案平台业务

公司依托自主研发的专有平台 WEIQ，为广告主提供系统化的红人营销解决方案，连接广告主与红人资源，支持其在中国主要第三方 UGC 平台（涵盖短视频、生活方式分享、微型博文及互动社区平台等）开展营销活动，实现内容传播与用户互动的规模化触达。针对复杂营销场景，公司通过 SMART 全案服务团队提供定制化解决方案。

红人经济生态链创新业务

主要包括 AIGC 驱动的营销解决方案灵感岛、IMSOCIAL 红人加速及赋能服务，以及红人价值评估与行业数据洞察平台 TOPKLOUT（克劳锐）等，分别聚焦内容创作支持、红人成长与孵化、行业数据监测与价值评估等领域。此外，公司亦开展红人驱动型消费者品牌孵化及相关产品销售业务，拓展红人经济生态的应用场景。

天下秀主要产品与服务矩阵

红人营销解决方案平台业务

WEIQ 红人营销平台是基于大数据技术向内容创作者与企业提供在线红人营销服务的撮合与交易平台。



SMART 全案营销服务是面向品牌商家客户的营销服务品牌，基于社会化营销为品牌提供全案服务，帮助品牌进行品牌重塑、明确品牌定位，并建立与消费者的连接，提高消费者参与度。



WEIQ-SAAS 系统致力于为广大代理商和中小客户提供全方位的支持，实现采购服务的降本增效，并结合规范化标准化的工作流管理，驱动其业务增长。经过几年的运营和使用，WEIQ-SAAS 已经帮助上百家客户大幅提升效率。



TOPKLOUT 克劳锐是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构，提供自媒体价值评估体系、自媒体数据监测工具及行业观察研究报告等一站式综合服务，旨在发现红人价值、维护红人价值市场。



IMSOCIAL 加速器立足于为不同发展阶段的红人和 MCN 机构提供赋能加速服务，主要提供全链路赋能加速服务，包括红人培训、内容创意运营、商业托管、IP 孵化、品牌传播等一站式解决方案，助力红人和 MCN 机构加速成长。



天下秀教育专注于培养与孵化中国数字经济内容创造型人才，依托公司战略布局与产业资源，以提高用户新媒体营销实战能力、促进就业为目标，开发符合市场需求、适应时代变革的职业教育课程与服务模式，为内容创作平台等新媒体内容领域输送专业人才。



西五街作为泛兴趣内容社区，着力于 Z 世代人群，倡导“真实除草，认真种草”，引导他们从寻找属于自己的兴趣圈层、开创新的兴趣，到为更多品牌创造更多更好的产品，打造多彩且有创造价值的生活体系平台。



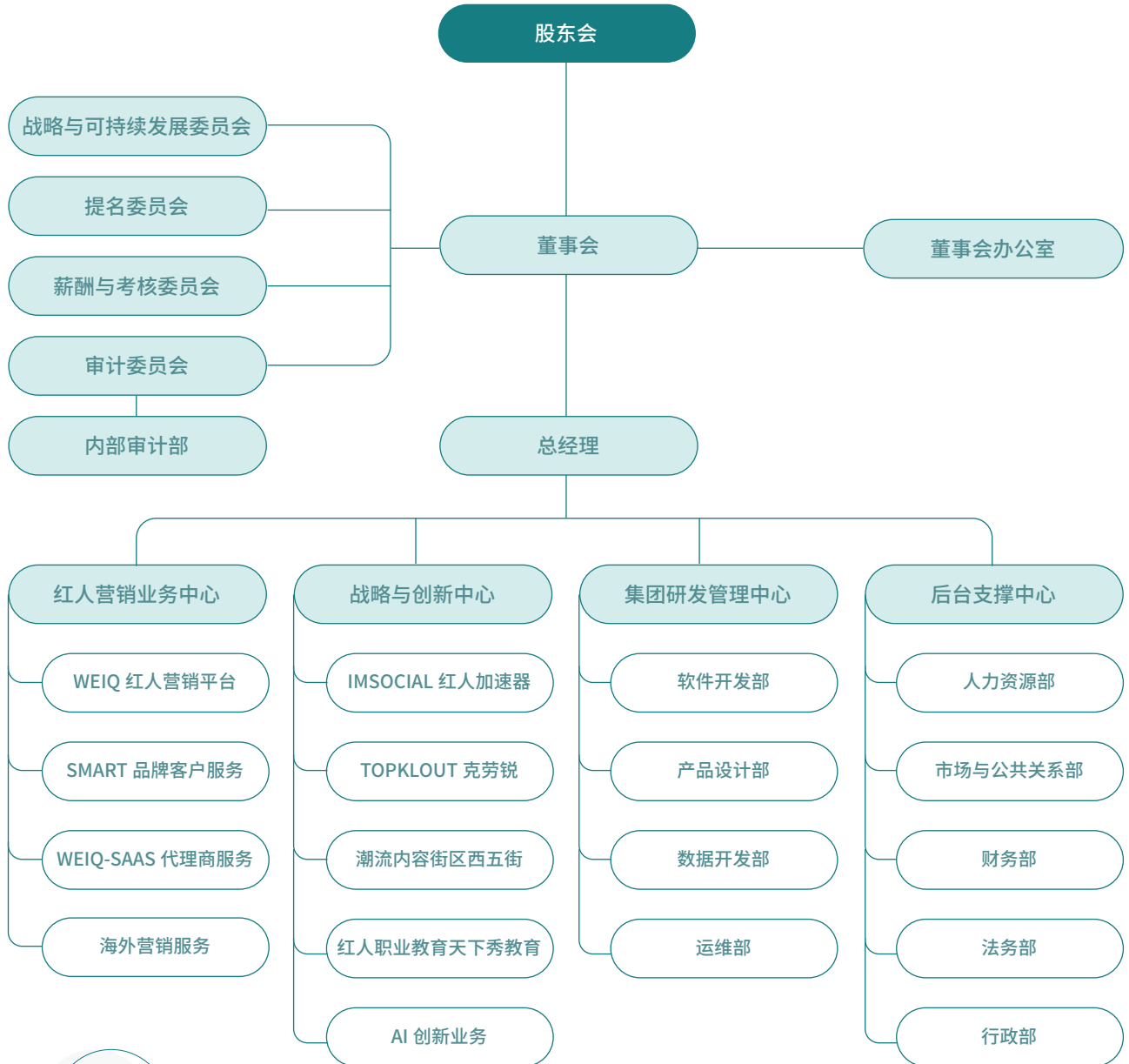
虹宇宙是基于区块链的 3D 虚拟生活社区，结合红人新经济、虚拟社交、区块链技术理念，以 Z 世代的 3D 虚拟星球（P-LANET）为背景，为用户打造沉浸式虚拟社交体验。



灵感岛是一款企业级 AIGC 内容营销生产平台型产品，可极大提升企业内容营销效能。通过创意内容生产、视频智能混剪、矩阵账号分发管理的一站式 SaaS 级解决方案，助力企业高效应对当下流量粉尘化下的海量内容生产、分发、优化管理等需求，实现企业商业增长。



组织架构



所获荣誉与认可

天下秀 2025 年获得的奖项及荣誉

Wind ESG 评级 A 级

万得信息技术股份有限公司

第一届传媒业可持续发展指数 TOP20 上市公司

香港中文大学商业可持续发展中心、中国传媒大学国家治理研究院、传媒 1 号

中国商务广告协会数字营销专业委员会 十周年杰出贡献奖

中国商务广告协会数字营销专业委员会

推动中国商业进程四十年 典范企业

中国商报

入选《2025 中国 AI 营销智能体 TOP30》榜单

DBC 德本咨询、互联网周刊

2025 年度私域 / 全域增长标杆案例奖

见实科技

灵感岛的 AI 数字人功能模块入选 国家标准试点单位

中国电子技术标准化研究院

灵感岛入选《2025 中国数智产业最具标杆性 AI Agent 产品》榜单

数智猿、数据猿、上海大数据联盟

灵感岛 KOS 入围 第五届金刀奖年度 AI 新营销案例奖

刀法 Digipont



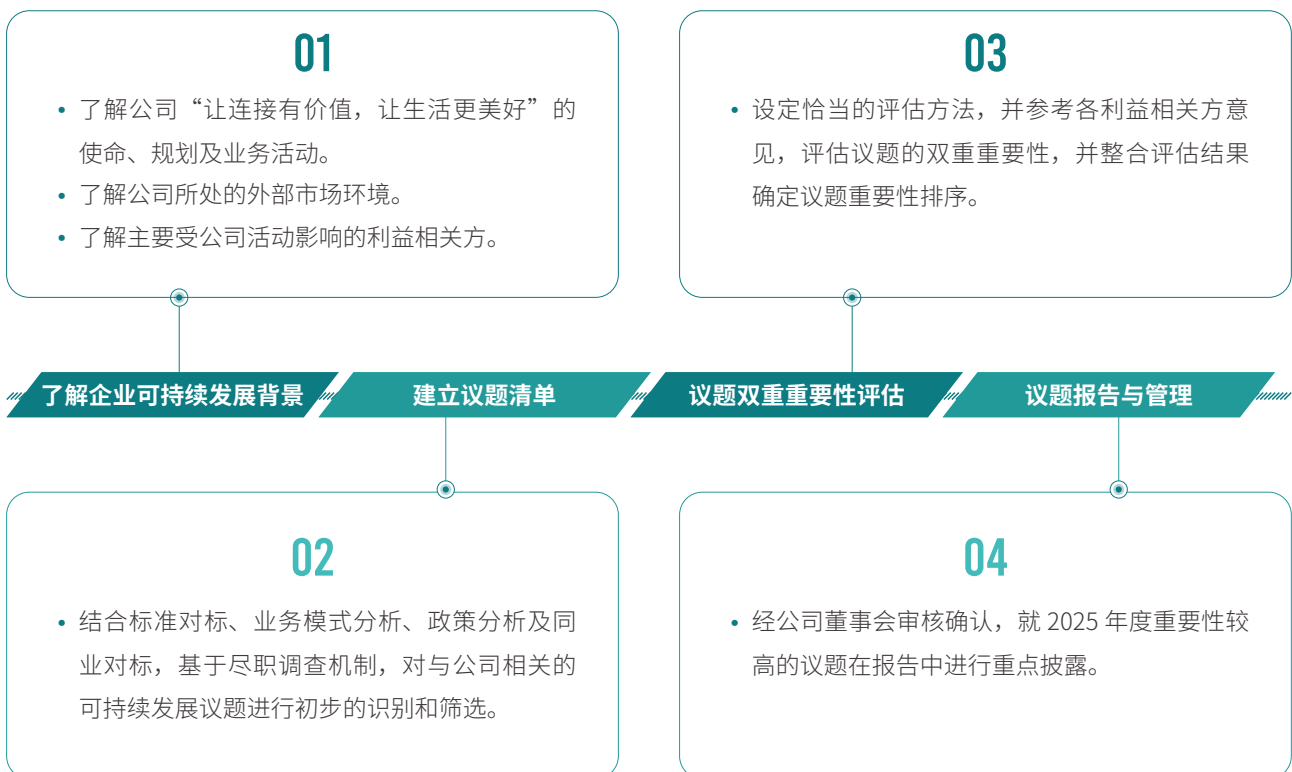
议题重要性评估

议题重要性分析流程

2025 年，天下秀结合行业发展趋势、自身发展战略，参考上海证券交易所《指引》《上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制（2026 年 1 月修订）》及中国上市公司协会《中国上市公司可持续发展工作指南》的要求，参考国内外 ESG 评级要求，开展重要性议题的识别、评估、排序与报告工作。

在具体分析过程中，公司邀请专家参与，基于公司活动和业务关系背景，结合标准对标、政策分析及同业对标，开展公司相关议题的识别和筛选，并从财务重要性和影响重要性两方面分析各议题的重要性。最后，公司对议题重要性分析结果进行检验和批准，并在本报告中重点披露具有较高重要性的议题的管理实践。

天下秀议题重要性分析流程



尽职调查与利益相关方沟通

为在日常运营中有效识别、应对和管理各类影响、风险和机遇，天下秀建立尽职调查工作机制，并开展识别和应对可持续发展相关负面影响或风险的尽职调查程序，不断完善业务流程中的风险管理工作，增强对重要性议题的识别和管理能力，从而为企业的稳定运营提供强有力的支持。

公司把与利益相关方的沟通视为开展可持续发展管理的重要工作。公司根据自身业务和运营实际，识别出股东及债权人、监管机构及政府部门、员工、合作伙伴、客户、供应商、社区组织七大主要利益相关方，并与其建立常态化沟通机制，有效回应利益相关方关切与期望。

天下秀主要利益相关方及沟通方式

主要利益相关方	关注议题	沟通与回应	
 股东及债权人	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规运营 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 	<ul style="list-style-type: none"> 股东会 定期信息披露 业绩说明会 投资者专属电话及邮箱等 	<ul style="list-style-type: none"> 业绩发布会 上证 e 互动平台 投资者现场调研
 监管机构及政府部门	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 反不正当竞争 合规运营 科技伦理 社会贡献与乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 完善合规管理体系 内部合规审查 	<ul style="list-style-type: none"> 政企合作 政策执行
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益与福利 员工健康与安全 员工培训与发展 	<ul style="list-style-type: none"> 员工招聘 员工工会、员工俱乐部 员工意见反馈平台“秀心声” 	<ul style="list-style-type: none"> 公共沟通邮箱 学习发展中心（光年学院） 员工绩效管理 畅通员工发展通道
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 优质产品和服务 合规运营 推动行业生态建设 	<ul style="list-style-type: none"> 组织、参与行业交流活动 开展商业合作 发布行业研究报告 	<ul style="list-style-type: none"> 天下秀教育 合作伙伴大会
 客户	<ul style="list-style-type: none"> 优质产品和服务 负责任营销 创新驱动 数据安全与客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 客户沟通 开展负责任营销 提供优质客户服务 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 完善 WEIQ 等数字化平台
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> 供应商管理 数据安全与客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商审核、评估 供应商培训会 	<ul style="list-style-type: none"> 数据安全与隐私保护
 社区组织	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 绿色运营 社会贡献与乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 开展公益活动 绿色办公 	

议题重要性分析结论

2025 年，结合标准对标、政策分析及同业对标，天下秀识别并筛选出 17 项议题，形成重要性议题清单。其中，环境维度共 2 项议题，社会维度共 11 项议题，治理维度共 4 项议题。

天下秀 2025 年议题清单



环境

- 绿色运营
- 应对气候变化



社会

- 优质产品和服务
- 创新驱动
- 供应商管理
- 负责任营销
- 数据安全与客户隐私保护
- 员工权益与福利
- 员工培训与发展
- 员工健康与安全
- 社会贡献与乡村振兴
- 推动行业生态建设
- 科技伦理



治理

- 公司治理
- 反商业贿赂及反贪污
- 合规运营
- 反不正当竞争

经专家分析，公司所识别并筛选出的 17 项议题中，共有 3 项议题同时具有财务重要性与影响重要性，4 项议题仅具有财务重要性，11 项议题仅具有影响重要性^{1、2}。

¹ 财务重要性即该议题在对天下秀财务的影响层面有较高重要性（相关议题的披露已在章节名中用“*”标出），影响重要性即该议题在对经济、社会和环境的影响层面有较高重要性。

² 《指引》规定的议题对公司不具有重要性的有污染物排放、生态系统和生物多样性保护、平等对待中小企业、尽职调查、利益相关方沟通，上述议题（除尽职调查、利益相关方沟通）均在报告索引表中进行解释说明，尽职调查、利益相关方沟通是公司议题重要性评估的重要步骤，不作为议题进行评估。

天下秀 2025 年度议题重要性矩阵



- 同时具有财务重要性与影响重要性
- 仅具有财务重要性
- 仅具有影响重要性
- 既不具有财务重要性也不具有影响重要性

天下秀 2025 年重要性议题变动情况

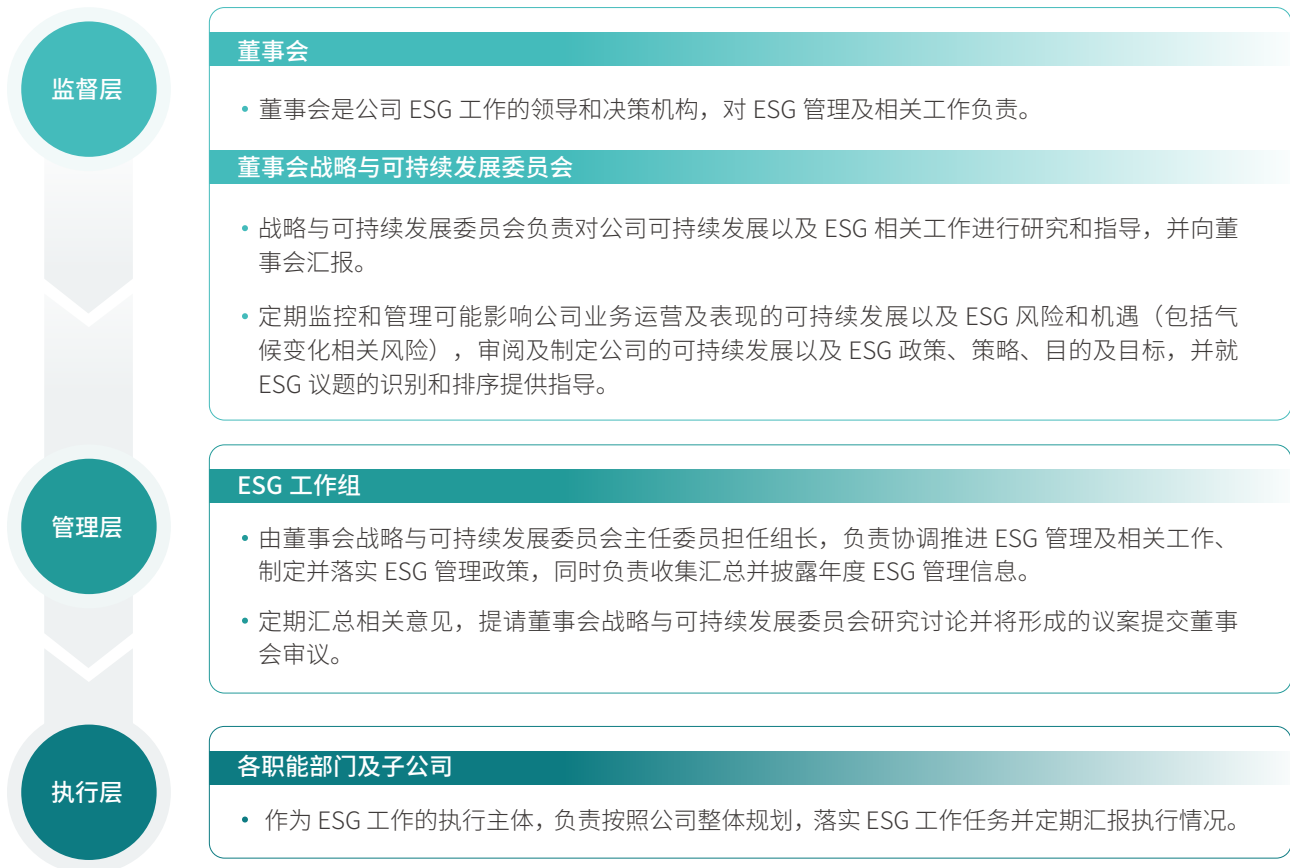
2025 年重要性议题	2024 年重要性议题	变动情况	变动原因
合规运营	合规运营	合并	结合最新主流 ESG 评级标准，参考同业披露情况，将税务治理议题内容合并至合规运营。
	税务治理		

ESG 治理安排

天下秀始终将 ESG 治理体系建设作为推动企业可持续发展的战略支点，搭建权责清晰的 ESG 管理架构，对相关工作进行统一领导、决策并组织实施，确保可持续发展理念深度融入企业战略规划、经营决策和日常运营全流程。

公司制定《可持续发展与 ESG 管理制度》，搭建多层次、权责清晰的 ESG 管理架构，对 ESG 相关工作进行统一领导、决策并组织实施，确保 ESG 理念深度融入企业战略规划、业务经营决策和日常运营全流程。

天下秀 ESG 管理架构



此外，公司将履行 ESG 职责纳入经营管理决策体系。在实际执行管理中，公司建立专项治理架构对各可持续发展议题在公司日常运作中的影响、风险和机遇开展识别、评估、监测及管理，落地各项 ESG 工作。涉及重大项目投资决策事项时，可持续发展议题相关影响、风险和机遇评估是公司董事会、经营管理层决策的重要依据。

环境篇



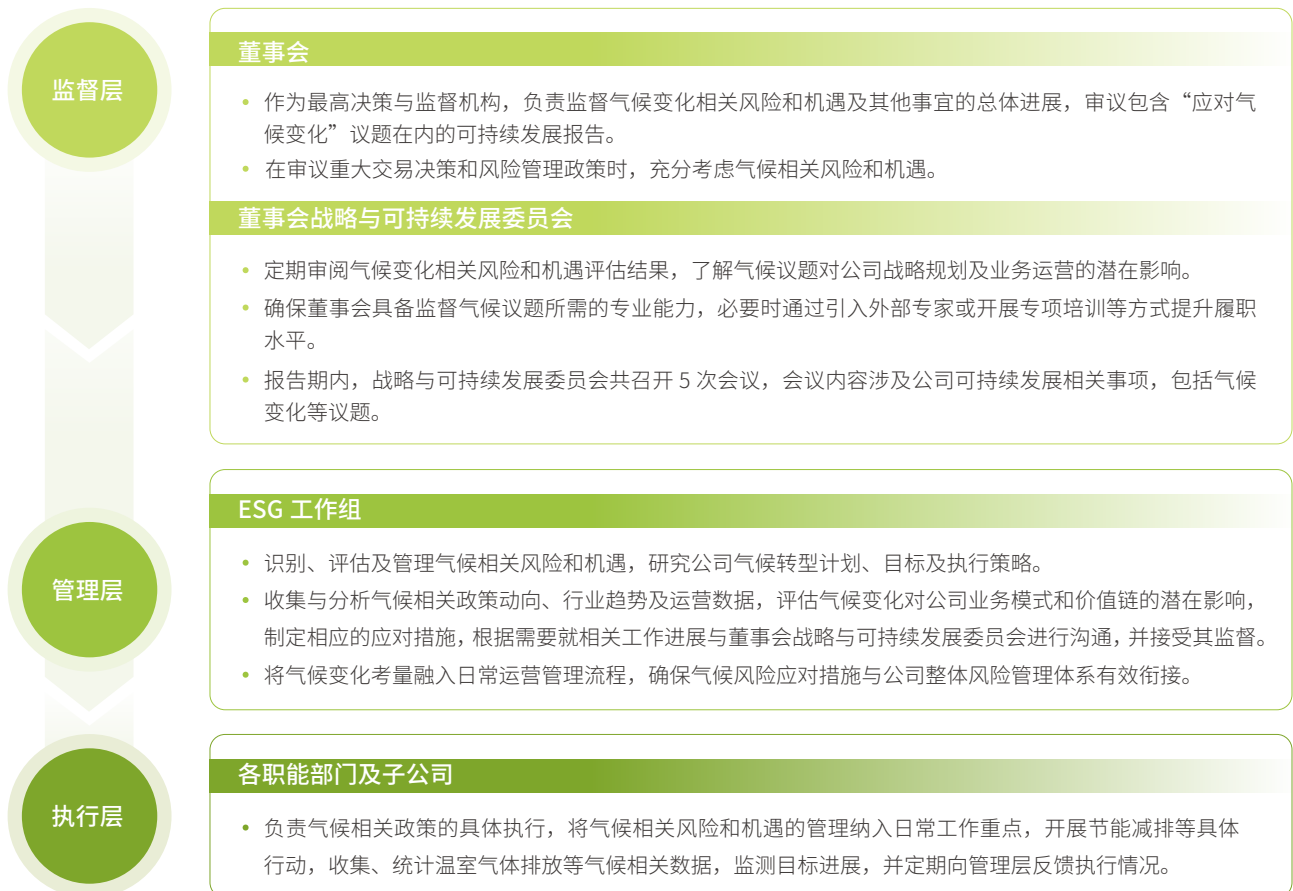
绿色运营先行，提升环境韧性

应对气候变化

治理

天下秀高度重视气候变化议题对公司可持续发展的深远影响，建立权责清晰、多层级的应对气候变化治理架构，将气候相关风险和机遇管理全面融入公司治理体系，为系统推进气候行动、增强气候韧性奠定坚实基础。

天下秀应对气候变化治理架构



战略

在全球气候急剧变化、气候监管政策趋严以及低碳转型加速推进的背景下，公司将应对气候变化作为公司管理的重要议题，搭建气候变化管理体系，识别、评估并有效管理与气候相关的各类风险与机遇。

结合所处行业情况，参考外部专家意见，从物理风险、转型风险及机遇维度出发，构建气候相关风险与机遇矩阵，以影响程度和发生概率为坐标，全面呈现各项风险和机遇的相对重要性。基于矩阵分析，公司识别评估出 3 项气候相关主要风险、2 项气候相关主要机遇，开展深入分析并积极制定应对策略，把握机遇、管控风险。

天下秀气候相关风险 / 机遇矩阵图



天下秀气候相关主要风险 / 机遇分析及应对策略

主要风险 / 机遇类型		描述	影响时间范围 ¹	价值链影响 ²	预期财务影响	应对策略
风险	急性物理风险	极端气候灾害如台风等可能对公司的运营产生严重影响，包括威胁员工通勤安全、数据中心和办公场所的安全，进而影响公司业务的正常开展。	中长期	自身运营	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 制定《安全风险应急预案》，设置应急小组，密切关注极端气候灾害的情况，提前做出预警，确保灾害出现时能够迅速响应，保障人员安全和运营稳定。
	政策风险	随着绿色低碳政策持续细化，未来针对数据中心能效与电力消耗的管控可能促使 IT 采购与云服务成本提升，增加公司运营支出；未来自建数据中心若未能提前布局节能设计，则可能面临更高的改造成本与合规压力。	中长期	上游自身运营	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 密切跟踪政策动向，在租赁模式下优先选择能效表现优异的服务商。 提前布局自建数据中心节能规划。
	市场风险	当前，公司众多大型客户正积极采取措施应对气候变化，打造低碳供应链，推进可持续发展行动。若公司不能满足下游客户的期待和要求，可能会对公司的业务产生不利影响。	中长期	自身运营下游	营业收入降低	<ul style="list-style-type: none"> 完善气候管理体系，积极应对气候相关风险、机遇。 通过推行节能照明与智能温控、倡导无纸化办公与绿色出行、完善绿色采购机制等方式降低公司运营碳排放，具体措施详见“绿色运营”小节。
机遇	资源效率机遇	通过优化能效、采用节能技术，可有效降低租赁数据中心的电力消耗，节约运营成本；未来自建数据中心则可通过源头设计实现更深度的能效优化，进一步降低单位业务能耗成本。	中长期	自身运营	运营成本降低	<ul style="list-style-type: none"> 持续优化数据中心能效管理，采用节能技术降低电力消耗。 将能效目标纳入自建数据中心的设计标准，探索清洁能源使用方案。
	产品与服务机遇	品牌对绿色营销的需求日益增长，公司可充分发挥技术优势，在帮助客户降低内容创作资源消耗、减少环境足迹的同时，实现营销目标。	中长期	自身运营下游	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> 立足于客户需求，利用“灵感岛”等技术平台，开发高效、低资源消耗的内容创作工具与解决方案。 将可持续发展理念融入到产品和服务中，发挥公司营销优势，促进绿色、环保理念传播。

公司业务模式以轻资产运营为主，核心资产为人与智力资本，无高气候敏感性实体资产，极端气候事件对公司运营的直接影响相对有限。报告期内，气候相关风险对公司当期财务表现的影响主要体现在运营成本层面，包括采购安全应急物资、办公场所节能改造等支出，已融入公司日常运营成本中，未对公司整体财务状况产生重大影响。

公司将持续关注气候变化相关政策和市场动态，通过持续投入办公防灾、节能改造及绿色内容开发等措施逐步提升气候韧性，未来将根据业务发展需要和监管要求，适时引入情景分析方法，评估策略和业务模式对气候变化的适应性。

¹ 影响时间范围参考财政部《企业可持续披露准则—基本准则（试行）》和公司运营实际设定。短期，是指报告期间结束后1年以内（含1年）；中期，是指报告期间结束后1年至5年（含5年）；长期，是指报告期间结束后5年以上。

² 价值链环节划分为上游、自身运营和下游三个环节：上游主要包括第三方 UGC 平台及其他服务供应商；自身运营涵盖公司各项业务活动；下游涉及主要由广告主组成的客户群。

影响、风险和机遇管理

公司积极应对气候变化挑战，将气候风险管理融入公司整体风险管理体系中，建立“识别—评估—排序—监测”的气候风险管理流程，根据识别的风险制定相应的应对策略、管理措施。

天下秀气候变化风险管理流程



指标与目标

公司积极响应国家“碳达峰”“碳中和”战略，以“将温室气体排放量控制在较低水平”为目标开展节能减排工作，以实际行动助力国家碳中和目标的实现。

天下秀温室气体排放绩效变化趋势¹

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
人均温室气体排放量 (范围 1+ 范围 2)	吨二氧化碳当量 / 人	0.50	0.48	0.49

¹ 公司当前披露的温室气体排放目标以二氧化碳当量 (CO₂e) 计量，主要涵盖生产经营活动中产生的二氧化碳、甲烷、氧化亚氮等范围 1 和范围 2 温室气体。

绿色运营

天下秀在日常运营中涉及的能源主要是外购的电力、汽油，主要取水来源为市政供水和供应商供应桶装水。废弃物主要为行政办公过程中产生的电子产品等有害废弃物，以及硒鼓墨盒、办公家具、纸张等无害废弃物。

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》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，制定《办公环境与办公安全运营标准手册》《行政管理及服务标准细则》《绿色办公新主张，环保节能共倡议》等管理制度和倡议，从各方面加强融入“绿色办公”的理念，倡导员工节能降耗、积极践行节约措施，减少污染排放，保护生态环境。2025 年，公司未发生环境保护相关的重大违规或负面事件。

天下秀 2025 年绿色运营重点举措

能源节约

- **推行节能文化**：通过企业微信、广告屏等多渠道常态化宣传节能知识并张贴提示标识。
- **鼓励绿色出行**：为员工提供便利的自行车 / 电动车设施以鼓励低碳通勤，并优先选用新能源汽车及优化路线来减少公务出行能耗。
- **使用节能设备**：全面采用 LED 节能灯具并实施智能分区控制，对空调系统进行集控管理并设定节能温度标准且定期维护，同时在采购办公设备时优先选择高能效产品。

用水节约

- **倡导节水文化**：弘扬节水风尚，开展节约用水宣导工作，增强员工节水意识。
- **管控用水设施**：使用节水水龙头，同时调节总阀门出水量，减少水资源浪费；定期进行漏水检测，对漏水情况及时报修，防止水资源浪费。

废弃物管理

- **强化源头减量**：全面推行生活垃圾精细化管理，并通过提倡电子宣传、减少实物物料、推行无纸化办公及倡导双面打印等措施，从源头减少废弃物产生。
- **建立分类处理体系**：对产生的废弃物进行规范分类。对硒鼓等耗材由供应商回收，闲置家具妥善库存或报废；针对电子产品等有害废弃物，在使用周期结束后联系专业机构回收处理，确保环境合规。

资源循环利用

- **强化源头减量与分类**：减少纸质垃圾并推行信封等物品的重复使用，同时在办公区严格执行垃圾分类，将旧报纸、纸箱、饮料瓶等可回收物分类并由专人统一回收。
- **完善资源循环体系**：对闲置物品进行改造利用或交流捐赠；对硒鼓等专业耗材及员工个人闲置物品，通过行政渠道统一回收或协助捐赠，实现资源最大化利用。



社会篇



创新营销业态，责任驱动共赢

优质产品和服务 *

天下秀牢记“让连接有价值，让生活更美好”的使命，围绕高效连接商家和红人的战略，加强数据化平台建设与配套服务，致力于帮助每一个内容创作者实现商业变现、帮助企业提高经营效益，以先进技术、优质产品和服务，驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设。

治理

公司遵守《中华人民共和国电子商务法》《互联网信息服务管理办法》等法律法规，在为客户开展数字化产品及营销服务的过程中，确保全流程合规。公司完善内部制度，优化产品和服务管理体系，致力于向客户提供优质产品与服务。

公司建立产品和服务管理架构，围绕客户需求提供全面的营销产品和营销服务方案，更高效地服务更多商家品牌、红人。

天下秀产品和服务管理架构



战略

公司定期识别产品和服务相关风险和机遇，并通过产品团队和服务团队相互配合，定期沟通，确保客户反馈快速传递到产品团队，并纳入产品改进计划，从而持续优化产品功能与服务质量，满足市场不断变化的需求。

天下秀主要的产品和服务相关风险 / 机遇分析及应对策略

主要风险 / 机遇类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
产品功能升级不足或服务quality不达预期导致的客户流失风险	短中长期	营业收入减少	<ul style="list-style-type: none"> 持续投入资源用于平台优化、数据智能能力建设以及销售与营销项目，以提升服务效率及营销活动成效。 持续完善及升级红人营销解决方案平台，提供高效、优质且具有可扩展性的红人营销解决方案。 推出 Boss 红人智投及灵感岛等人工智能驱动工具。
社交媒体用户规模增长、短视频及直播日益普及以及品牌加大数字营销投入带来的市场机遇	中长期	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> 关注市场需求和客户痛点，明确产品和服务的定位和发展方向，加强数据化平台建设及配套服务，例如针对中小企业在红人营销方面普遍面临选号困难、效果难衡量、操作复杂等核心痛点推出 WEIQ BOSS 红人智投应用。 基于数字营销领域深厚的业务基础与技术优势，公司率先提出 API (Application Programming Interface, 应用程序编程接口) 技术共建，将自研红人投放平台接入抖音巨量星图等，与平台先进技术资源实现深度融合，共同探索技术共建的新路径。 紧跟行业变化，梳理公司资源与 VR、MR 及 AIGC 等行业新技术的结合，积极探索基于行业新技术的创新产品和商业模式，具体内容详见“创新驱动”小节。

影响、风险和机遇管理

公司将长期积累的数据和技术能力转化为创新的数据化产品，将沉淀的行业经验转化为创新的商业服务，持续向客户提供优质的产品与服务。公司建立完善的产品和服务管理流程，强化从概念设计到市场落地的过程管控与持续改进能力，确保产品与服务质量稳步提升。

天下秀产品和服务管理流程



公司不断完善产品与服务管理机制，围绕产品优化、服务提升和技术升级等多个维度，持续提升产品质量和客户服务水平。

天下秀产品和服务管理机制

- 每月召开产品和服务联动会议，讨论客户问题和产品优化方案。
- 持续将 AI 等数字技术集成到产品中，提高其智能化水平和性能。
- 每季度进行绩效考核，并根据结果调整资源分配和激励措施。
- 设置激励方案，鼓励团队提出优化建议和创新方案。
- 优化客户服务流程，简化非必要步骤，引入自动化工具和专职客服系统，缩短响应时间。
- 积极配合大客户审计工作，提供全方位支持协助，提高服务质量，增强客户信任。

2025 年，公司围绕红人营销解决方案平台业务及红人经济生态链创新业务两大板块，持续优化产品结构与服务模式，强化技术赋能与场景应用能力，提升平台运营效率与客户服务质量。通过完善功能模块、优化服务流程及深化数字技术应用，公司推动核心产品与创新业务协同发展。相关产品与服务的具体内容详见本报告“业务领域”小节。

同时，公司持续强化客户服务能力建设，围绕售前咨询、售中执行及售后支持等环节优化服务流程与协同机制，推动形成覆盖业务全周期的一站式服务体系。公司亦高度重视客户关系管理与沟通工作，通过企业微信等多渠道保持常态化互动，并定期开展客户交流活动，主动收集反馈意见。2025 年，公司开展专项培训与能力建设，强化团队专业素养与服务响应能力，持续提升客户满意度。



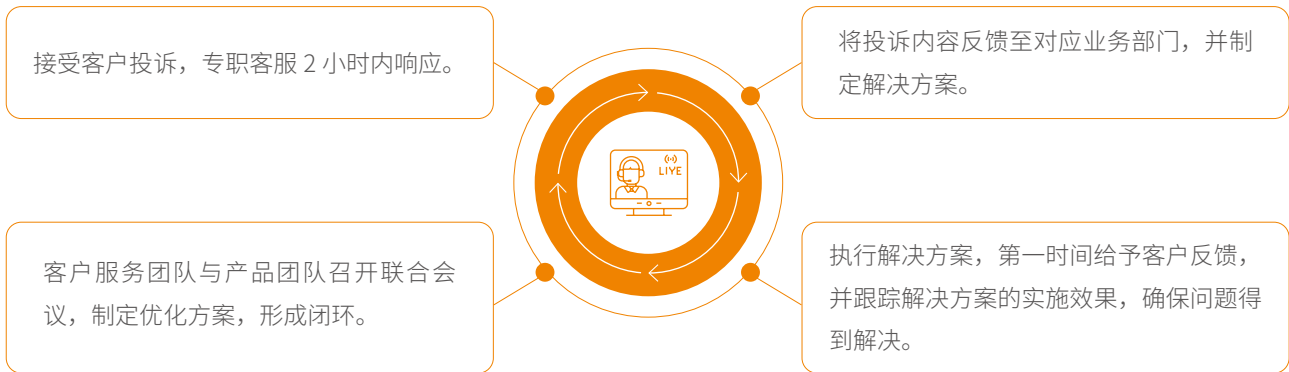
开展数据工程师专项培训

2025 年，公司面向从事客户服务相关工作的数据工程师开展专项能力提升培训，覆盖员工超过 300 人。

培训紧密结合广告营销业务体系中客户服务岗位的实际需求，围绕内部系统操作与业务流程开展系统化学习，重点提升客户需求理解、跨系统协同以及问题响应与解决能力。培训内容涵盖工具应用、业务理解及服务意识建设等多个维度，进一步强化岗位人员对客户服务职责与协同机制的整体理解与执行能力。

此外，公司建立规范化的客户投诉处理机制，明确受理渠道、处理流程与责任分工，确保客户建议与投诉能够及时接收、分类研判并有效反馈，不断提升问题响应效率与处理质量，增强客户信任与满意度。

天下秀客户投诉处理流程



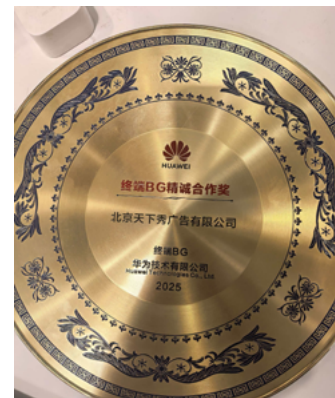
指标与目标

公司设定产品和服务管理指标与目标，每季度跟踪进展情况，讨论优化方案，确保持续为客户提供优质的产品和服务。

天下秀产品和服务管理指标与目标

指标	单位	2025 年
客户满意度	≥ 90%	90.2%

公司凭借专业、优质的产品与服务，赢得众多客户的高度认可与赞誉。目前，公司服务已覆盖多个重点行业客户，与多家头部品牌建立长期稳定的合作关系，并连续通过重点客户的供应商审计，客户复购率和续约率保持稳定。2025 年，公司在营销方面获得多项荣誉¹，充分体现了客户对公司产品与服务的高度信任与认可。



获华为“终端 BG 精诚合作奖”

¹ 更多营销相关荣誉详见“所获荣誉与认可”小节。

创新驱动 *

面对互联网更新迭代带来的机会，天下秀在持续布局红人经济产业链创新业务的同时，不断发掘 AI、VR、MR、区块链等数字技术的产业应用，进一步探索新的商业模式和增长点，提升服务能力，为公司的发展注入新的动力，创造更大的行业价值和社会贡献。

治理

在创新研发过程中，公司始终遵循《中华人民共和国数据安全法》《关于加强数据资产管理的指导意见》《生成式人工智能服务管理暂行办法》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等相关法律法规，确保科技发展能够造福社会，积极促进科技对社会的正面影响。

公司 AI 创新业务部作为战略性创新单元，依托公司强大的研发体系和首席技术官的专业指导，致力于打造具有行业领先水平的创新营销解决方案，为实现公司的可持续发展目标提供核心动力。

战略

公司致力于思考和解决过去创作者经济生态中所存在的知识产权保护和商业价值提升问题，通过梳理平台多年来积累的红人资源、品牌资源和服务能力，将资源、数据和服务与 AI、区块链等新兴技术结合，把握机遇、防控风险。

天下秀主要的创新驱动相关风险 / 机遇及应对策略

主要风险 / 机遇类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略	
风险	科技伦理风险	短中长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 构建全面的科技伦理内部制度体系，建立科技伦理审查机制。 更多策略详见“科技伦理”小节。
	数据合规风险	短中长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 完善全球数据合规管理体系，结合不同国家和地区的数据保护法律要求建立本地化合规机制，加强跨境数据流动评估与内部审查流程。
	新兴技术应用不足风险	短中长期	营业收入减少	<ul style="list-style-type: none"> 持续保持研发投入，围绕核心技术能力与产品创新方向加大资源配置力度。 构建“学术型人才 + 行业经验型人才”协同的研发团队结构，形成理论研究与实践经验互补的双轨研发模式，强化技术创新与市场需求的有效衔接，提升研发成果转化效率与应用适配能力。
机遇	企业对 AI 智能化营销工具需求不断增长带来的市场机遇	短中长期	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> 持续完善以“灵感岛”为代表的创新技术产品，探索以内容创作者为中心的、拥有自主权的、全新的创作者经济商业模式和产品应用。 推动营销模式智能化转型，持续强化 AI 在精准营销场景中的应用能力。 加速创新业务全球化布局，为出海品牌和机构提供支持。

影响、风险和机遇管理

公司以 AI 驱动的创新能力的核心，持续深化数据技术与营销场景的融合应用，通过构建智能化工具与数字化体系，提升营销活动的精准度与执行效率，强化平台综合服务能力，为红人营销业务形成可持续的技术支撑与竞争优势。

深化 AI 服务应用开发

公司在红人营销行业中率先推出 AI 服务应用，将生成式 AI 嵌入营销全流程，涵盖营销活动前期策划、营销内容创作到营销活动后期评估各个环节。例如，公司自主研发的灵感岛是红人营销行业内最早由 AIGC 驱动的智能营销工具之一，通过 AIGC 技术放大创作者和企业的营销效能，实现从“人人协作”到“人机协作”的全链赋能多维增效。



天下秀旗下“内容+AI”技术营销中心



2025 年，公司围绕灵感岛产品，在国际化拓展与智能化能力建设方面持续推进产品升级与场景应用创新，强化内容生产支持与全员营销协同能力，提升企业营销服务的效率与适配性。

灵感岛 2025 年主要创新升级措施

国际化产品布局

上线“灵感岛 SAAS 多语言版”及“灵感岛海外版 APP”，提升产品在不同语言环境下的适配能力与海外市场服务水平，支持国际化业务拓展。

分析能力升级

推出“灵感岛内容洞察 Agent”，构建具备内容分析与策略建议功能的智能助手模块，为企业营销内容策划与优化提供数据支持与决策参考。

全员营销体系升级

推出“灵感通告”及“AI KOS 系统”，围绕企业全员营销场景优化内容创作与发布流程，通过“AIGC 创作工具 + AI 通告管理平台 + 运营支持机制”的协同模式，实现营销内容的智能管理与分发，整合分散门店流量，优化企业全员营销的商业链路与运营效率。

关键客户（KA）解决方案升级

以 AI 技术矩阵为核心驱动力，面向 KA 品牌客户构建覆盖“增长决策—内容生产—达人营销—效果追踪”的全链路智能营销解决方案，为 AIGC 品牌商业素材生产、KOC 达人种草营销、KOS 全员营销等场景提供定制化服务，助力企业高效应对流量粉尘化时代下的海量内容生产、分发与优化管理需求，实现商业增长。

此外，公司持续推进 AI 数字人技术在品牌营销场景中的应用，生成品牌虚拟形象及虚拟直播主持人等数字化内容工具，支持品牌方提升内容生产的规模化能力，降低人力资源成本。相关虚拟角色可应用于视频营销、直播活动及互动内容等多种传播场景，在不同渠道中保持品牌形象表达的一致性，为品牌营销活动提供相对稳定且可持续的内容支持。

提升红人营销平台智能化水平

公司围绕红人营销解决方案平台业务，持续推进 AI 在主要平台 WEIQ 中的系统化应用，提升平台在红人筛选、营销决策与效果评估等环节的智能化水平，为广告主提供更加精准、透明和高效的营销支持。

WEIQ 平台 2025 年主要创新升级措施

系统化嵌入 AI 模型与算法，构建高粒度数据智能框架，涵盖红人商业价值评估、营销活动效果预测、动态定价及场景化匹配等功能模块，为广告主提供数据支持与决策依据，提升红人筛选效率与营销匹配质量。

开发并应用 BOSS 红人智投功能，依托多年积累的营销数据与模型能力，将广告主自然语言需求转化为结构化营销活动简报，并结合语音指令及文件解析能力，优化从需求接收到方案生成的流程效率。

研发红人真实性及互动量验证系统模型，通过对评论语义及第三方平台用户行为数据进行多维分析，识别异常流量情况，提升营销活动的真实性与透明度，持续优化平台交易效率与匹配精准度。

指标与目标

公司以“完善红人经济生态链布局”为目标，加大研发投入，积极研发 AI 等数字技术，持续推进创新业务。

天下秀 2025 年创新驱动指标表

指标	单位	2025 年
研发投入	万元	7,127.70
研发投入占主营业务收入比例	%	1.83
研发人员数量	人	123
报告期内有效专利数	件	17



非凡奖“2025 Go Global AI 100”榜单



2025 CHINA AI 100 上榜



见实科技 2025 年度私域 / 全域增长标杆案例



2025 中国数智产业“最具标杆性 AI Agent 产品”奖项



入选《中国 AI+ 营销采购云图》
《2025 中国 AI+ 营销供应商采购指南》



2025 刀法 金刀奖
“年度 AI 新营销案例”

供应商管理 *

根据业务类型，天下秀的供应商主要包括第三方 UGC 平台及其他服务供应商（如专业咨询和技术支持）。公司供应商以广告业务类为主，供方市场庞大，稀缺性较低，因此公司较少面临供应中断的风险。

治理

公司制定《[通用] 供应商入库规则》《采购规则》等内部制度，加强对供应商的管理与考核，稳定供应商队伍，确保供应商满足公司的采购需求、质量标准和服务要求。同时，针对营销、广告业务的特殊性，公司制定《[广告业务类] 供应商入库规则》《[广告业务类] 供应商禁用和启用规则》等内部制度，进一步完善供应商的管理。

公司建立分工明确的供应商管理架构，由采购团队、供应商负责人、法务人员及入库审核专员协同运作，分别负责供应商拓展与谈判、日常管理与评估、合同审核与法律风险防控，以及资质审查与风险识别等工作。同时，公司建立定期报告与异常情况报送机制，由供应商负责人定期向公司管理层提交季度供应商管理报告，以便管理层及时了解供应商的整体情况，强化供应商全流程管理与风险管控能力。

战略

在供应商管理政策的制定与日常运营中，公司持续关注各类风险，并积极采取有效的应对策略，保障各类业务的可持续发展。

天下秀供应商管理主要风险分析及应对策略

主要风险类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
供应商贿赂及内部贪污腐败风险	短中长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 制定《廉洁自律公约》，要求全体员工遵守，防范内部采购等重要环节的贪污腐败风险。 要求供应商入库时签署诚信廉洁协议。
供应商经营风险	短中长期	营业收入降低 运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 建立严格的合规审查机制，对合作的机构进行背景调查和合规性评估，确保其符合相关法律法规。 对供应商实施分级监控审批机制。
供应商合作及技术整合中断风险	短中长期	营业收入降低	<ul style="list-style-type: none"> 持续加强与主要第三方 UGC 平台的合作沟通，优化技术对接与数据管理机制，提升系统稳定性与风险监测能力，并通过完善多平台布局与技术冗余安排，降低单一平台依赖风险。

影响、风险和机遇管理

公司构建覆盖风险识别、准入审核、分级管理及动态优化的供应商管理机制，通过制度化流程与差异化管理措施相结合，持续提升供应商管理的规范化与精细化水平。

天下秀供应商管理机制

供应商风险识别与评估

- 定期对各个环节进行风险识别与评估。公司通过风险预警系统及时识别并应对潜在风险，同时构建应急响应体系，确保在突发事件发生时能迅速响应和解决。

供应商入库审核

- 制定并实施严格的供应商入库审核流程，确保所有入库供应商符合基本准入标准，以此提升供应商管理的专业化、规范化水平。

供应商分级管理

- 根据供应商的资质、实力、风险及信用、评估结果等因素，将其分类为战略供应商、优先供应商、普通供应商和淘汰型供应商四个等级。针对不同类别的供应商，公司执行差异化的管理策略，以实现更加精准和高效的供应商管理。

供应商稳定性管理

- 构建多元化、动态化的供应商资源池，通过明确准入标准，从履约情况、合作频次及资源类型等维度开展筛选与管理，形成覆盖核心合作方、创新型合作方及潜力储备方的分层结构。
- 实施定期评估与优胜劣汰机制，持续优化资源结构，确保供应商资源保持稳定性与活跃度。
- 深化与核心合作方的战略协同，依托数字化平台实现匹配、履约监控及效果分析的线上化管理，提升供应链响应效率与协作能力，保障业务连续性与稳健运行。

2025 年，公司以“规范、协同、可持续”为核心，全面升级供应商管理体系，通过完善制度体系、强化能力建设、实施量化评估、深化战略协同等方式，持续提升供应链稳定性与运营效率，推动构建透明、公平、具有韧性的合作生态，为业务稳健运行和长期发展提供支撑。

天下秀 2025 年供应商管理提效优化措施

主要行动	具体措施
精益管理与能力建设	<ul style="list-style-type: none"> 构建“制度+流程+技能+风控”一体化集中采购体系，完善 16 项全链路标准操作程序。 建立“集中培训+日常巩固”培养机制，贯通制度、流程与 SOP，支持员工能力分级提升与岗位胜任。 建立事前宣讲、事中监控、事后追责的合规闭环机制，针对供应商设置“提示-约谈-警告-禁用-法律程序”的五级违规处理路径，筑牢合规底线。
量化评估与动态分级	<ul style="list-style-type: none"> 建立多维度供应商评分体系，从成本、效率、服务能力等维度开展季度及半年度评估，实施 A+ 至 C- 分级差异化管理。 对低效供应商，通过发送《整改通知书》《对账单签章进度预警函》等标准化函件进行预警与督促，对多次整改无效者，执行暂停合作甚至淘汰机制，持续净化合作生态。
阳光采购与廉洁管理	<ul style="list-style-type: none"> 推行“第一责任人制”“NO PO NO WORK（无工单不执行）”等制度，强化流程留痕与可追溯管理。 要求所有供应商签署廉洁诚信协议，将合规要求嵌入合作全流程，营造透明、公正的采购环境。
战略协同与生态共建	<ul style="list-style-type: none"> 启动战略合作伙伴计划，遴选核心合作方建立常态化资源对接与复盘机制，通过需求沟通、成果评估等方式深化协同合作，提升资源匹配效率。2025 年共开展 72 场资源推荐会、56 场需求闭门会以及 52 场季度复盘会。 举办合作伙伴大会，公开表彰优秀伙伴，强化采购标准宣导与技术协同共识，推动绿色内容创作与行业趋势交流，促进长期稳定、负责任的合作关系。



天下秀 2025 年度合作伙伴大会

指标与目标

为加强供应商管理过程中的风险管控，公司订立供应商管理指标与目标，并建立指标跟踪机制。

天下秀供应商管理指标与目标

指标	目标	2025 年
签订诚信廉洁协议的框架供应商 ¹ 比例	100%	100%
直付签约供应商 ² 廉洁协议签订比例	100%	100%

¹ 框架供应商为与公司签订年度合作框架协议的供应商。

² 直付签约供应商为与公司直接签订合同合作的供应商。

推动行业生态建设

作为行业创立者及领先企业，天下秀凭借先发优势，不断积累并沉淀产业资源，率先搭建并持续完善、升级大数据平台。在自身发展壮大的同时，公司深刻认识到反哺行业、推动行业可持续发展是公司必须承担的社会责任。公司秉持“技术赋能、开放协同、共生共荣”的行业生态建设理念，以红人经济为核心，依托技术创新打通产业链上下游，推动红人营销行业从“流量连接”向“价值共创”升级，不断在行业内提出最新的、开创性的理论观点，并通过开展校企合作、参与行业交流等方式为行业的发展贡献力量。

开展校企合作，培育行业人才

公司积极投身教育行业，建立天下秀教育品牌，秉持“赋能”这一核心理念，借助多元化的业务布局，全力助推新媒体营销人才的成长，积极促进产业生态的发展与繁荣。公司立足新媒体营销行业，深耕产教融合项目，在高校合作、企业培训、政府项目等方面取得了显著成效。

天下秀培育行业人才的主要方式

开展高校合作

携手高校，共同构建新媒体营销相关专业，深度融合产业前沿实践与课堂教学，全力培育契合时代需求的复合型人才。

定制教学方案

自主研发专为新媒体营销教学量身定制的教学软件，紧密贴合院校教学需求，全力打造智能化、数字化的创新教学解决方案。

拓展企业培训

面向国内及海外企业推出高度定制化的新媒体营销培训服务，致力于助力企业培养复合型营销人才，为企业的持续发展注入强劲动力。

服务政府项目

投身于政府主导的促进就业及青年创业项目，为青年群体提供系统且实用的新媒体营销技能培训，全方位提升青年群体的就业竞争力。



天下秀教育推进复合型新媒体人才培养



2025年6月，天下秀教育与上海师范大学天华学院合作培养的首届“视觉传达设计（IMS合作培养）”专业60名学生顺利毕业。

天下秀教育围绕新媒体行业对复合型人才的需求，优化课程体系，将设计基础能力与新媒体营销应用相结合，构建“双轨”培养路径。通过引入产业案例、企业导师及数字化工具，强化实践教学与平台应用训练，课程有效提升学生在真实业务场景中的综合运用能力。毕业生广泛就职于品牌方市场部、广告传媒公司、互联网科技企业等，从事品牌视觉设计、新媒体运营、内容营销策划等热门岗位，有效响应市场对“懂设计的营销人”和“懂营销的设计师”的迫切需求。



学位授予仪式现场

促进行业交流，赋能同行发展

公司积极组织、参加行业交流活动，与行业机构及合作伙伴开展经验分享与技术沟通，围绕行业发展趋势及共性议题进行交流探讨，促进行业生态建设，推动行业向更加可持续的方向发展。



灵感岛亮相 2025 中国 AIGC 创新应用论坛



2025年9月，公司受邀参加中国国际服务贸易交易会专题论坛—2025中国AIGC创新应用论坛。论坛围绕大模型演进及产业融合展开交流。

会上，公司旗下“灵感岛”团队结合美妆、快消、3C等行业实践，分享了AIGC技术在内容创作、达人匹配及效果分析等环节的应用探索，介绍了基于社媒数据与红人资源的全链路营销支持模式。通过参与行业对话与经验分享，公司促进了AIGC在营销场景中的规范应用与实践交流，为行业技术落地与生态协同提供参考。



论坛现场

面向人工智能产业发展趋势，2025 年，公司创立 TOPAI 品牌，围绕 AI 行业媒体传播、行业研究及活动交流等方向开展内容与生态建设，定期举办交流分享会，助力 AI 产业生态的规范化与专业化发展。



主办 TOPAI 国际 AI 生态前沿私享会



2025 年 11 月，公司旗下“TOPAI”与“灵感岛 AI 创新孵化中心”在东京联合主办国际 AI 生态前沿私享会。私享会汇聚中日 AI 领域精英，围绕 AI 技术创新、产业落地、全球协作等话题展开深度对话，促进全球 AI 产业跨区域、深层次合作。



私享会现场

此外，公司注重全球化合作与生态拓展，围绕跨境营销场景加强与海外行业组织、平台及合作伙伴的交流与协同，提升跨境营销资源整合与协作效率。



拓展东盟数字内容合作



2025 年 7 月，公司应邀参加“柬中产业园产业发展招商推介会”，旗下灵感岛团队与中柬新媒体人协会签署框架合作协议，聚焦红人经济与 AIGC 领域达成长期合作，计划共同探索东盟市场数字内容生产、红人孵化等新商业模式，为中柬企业双向出海搭建营销桥梁。



推介会现场

科技向善而行，守护信任基石

负责任营销

天下秀将合规经营与伦理准则融入营销全链条，严格遵守《中华人民共和国广告法》等法律法规，制定《禁止投放广告内容》《广告创意审核规范》《重点行业审核规范》等内部广告准则，明确规定在开展营销业务和自身宣传时，所有广告内容必须真实、准确地反映产品或服务的特性、功能、质量、效果等信息，拒绝虚假夸大、误导性表述，兼顾商业效益与消费者权益、社会公序良俗，推动红人营销行业规范化发展。

公司定期对营销活动开展风险评估，识别法律、道德、社会等方面可能存在的风险，并及时采取有效措施加以防范与应对，防止营销活动给公司带来负面影响。此外，公司通过审查机制、能力建设与动态监测的方式，确保营销活动规范。报告期内，公司未出现重大违规营销事件。

天下秀负责任营销主要管理措施

多层级广告 审查机制

建立“自动化筛查+人工复核+月度迭代”的广告审查体系：

- 所有宣传物料（含图文、视频、直播脚本）均需通过人工+AI工具进行初步筛查，重点检测虚假表述、敏感内容；再由专业审核团队进行人工复核，针对重点行业广告额外启动跨部门会审。
- 审核规则按月迭代更新，同步对审核人员开展定期培训与考核，确保审查能力适配行业变化。

常态化合规 培训

- 收集整理案例库，将典型问题转化为内部资料供员工学习。
- 定期组织全体员工开展广告法律法规、行业规范及专业知识培训，增强员工在开展营销工作时的合规意识和责任意识。
- 针对不同产品或服务，组织营销相关岗位员工深入学习产品特性，确保在广告宣传中能够准确、专业地传达产品信息，避免因知识不足而导致的错误或夸大宣传。

全时舆情与数 据监测机制

- 依托 WEIQ 自媒体平台，实时关注发布数据情况，同时进行日检测和数据更新与同步，确保问题早发现、早干预、早处置。
- 建立 24 小时舆情监测机制，快速响应并妥善处理问题，有效降低负面舆情的影响。

数据安全与客户隐私保护 *

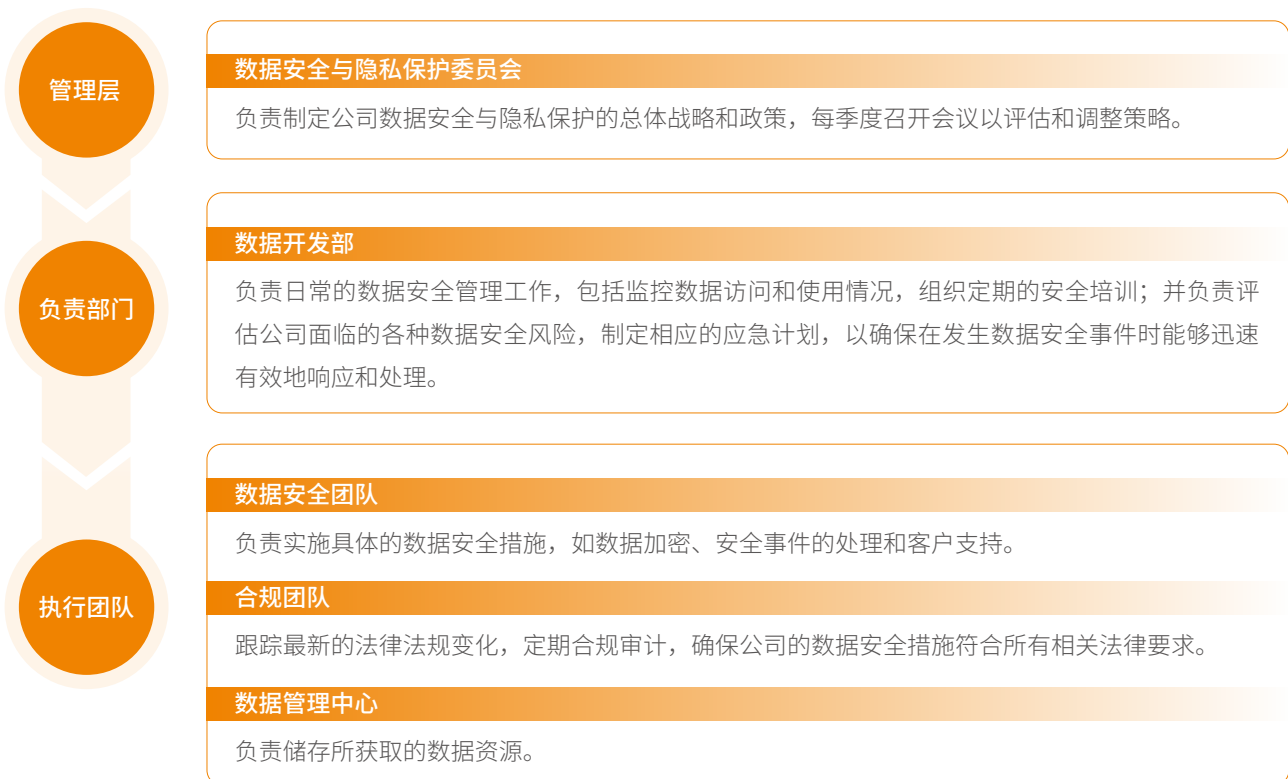
天下秀作为一家以 AI、数据及算法能力为驱动的红人营销科技集团，数据安全与客户隐私保护贯穿于公司业务运营的数据收集、存储与处理、使用与加工、共享与传输、删除与销毁各个环节，其中涉及的数据及客户隐私信息涵盖个人基本信息、网络身份标识信息、财产与交易信息等类别。

治理

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《数据出境安全评估办法》等国内法律法规，以及《一般数据保护条例》(GDPR)、《加州消费者隐私法案》(CCPA) 等国际法规，制定《数据安全管理制度》《数据分类分级管理制度》《客户隐私保护政策》等内部制度，涵盖数据安全、隐私保护、风险管理、合规管理等方面，明确数据处理活动的规范与标准。

公司建立自上而下的数据安全与客户隐私保护治理架构，负责网络安全、数据安全及个人信息保护，并将数据安全与隐私保护指标纳入各部门及高管的年度绩效考核，确保责任层层落实。

天下秀数据安全与客户隐私保护治理架构



战略

公司业务运营高度依赖海量数据的采集、处理与分析，未经授权访问、电脑病毒入侵、数据泄露或黑客攻击等事件，均可能对信息技术基础设施、数据库造成不利影响，导致服务能力下降、客户流失，甚至承担法律责任，损害公司声誉及品牌价值，对公司短期业绩及长期可持续发展构成严峻挑战。

与此同时，公司将严格的数据隐私保护视为提升品牌信任、驱动业务增长的战略机遇。为有效防范风险并把握机遇，公司制定针对性应对策略，防控数据泄露、客户隐私受到侵犯等风险，并将隐私保护深度融入业务发展。

天下秀数据安全与客户隐私保护相关风险 / 机遇及应对策略

主要风险 / 机遇类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
因网络攻击或安全事件导致的数据及客户隐私泄露风险	短中长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 参考 ISO 27001:2022、GDPR 等国际标准建立数据安全框架，持续强化技术防护体系和完善数据安全与客户隐私管理体系，从数据的采集、存储、使用、传输、共享到销毁的全生命周期进行规范化管理。 在公司层面明确“合规驱动业务”的战略方向，将数据安全与用户隐私保护深度融入企业核心价值观与长期发展战略，目标是通过超越合规基准的实践，将隐私保护打造为关键品牌资产，赢得用户与市场信任。
因未遵守数据保护法规导致的政策与法规风险	短中长期	运营成本增加	
因数据泄露导致的声誉风险	短中长期	营业收入降低	
因卓越的数据隐私保护管理带来的产品与服务机遇	中长期	营业收入增加	

影响、风险和机遇管理

公司高度重视数据安全与客户隐私保护工作，定期识别、评估、排序管理相关风险，建立风险登记表、应急预案系统以防控潜在风险。2025 年，公司持续围绕技术防护、权限控制、应急演练与员工培训等多方面措施，为用户与合作伙伴创造安全、可靠的数字营销环境。

天下秀数据安全与客户隐私保护管理措施

方面	具体措施
流程融入	<ul style="list-style-type: none"> 推行“设计即安全”与“默认即隐私”原则，新产品设计初期同步开展隐私影响评估（PIA）。 将数据安全要求作为强制性审查点，嵌入研发、采购、上线、运维等关键流程。
技术防护	<ul style="list-style-type: none"> 持续投入建设与升级统一的数据加密、访问控制、数据防泄漏、安全监控与审计平台，提升主动防御与应急响应能力。 部署防火墙、入侵检测、WAF 等网络安全设备，构建基础防护体系。对核心数据存储进行加密（静态加密与传输加密），并实施严格的访问控制与权限最小化原则。 部署数据防泄漏系统，对敏感数据的异常访问、流转及外发行为进行监控与阻断。 定期进行软件健康检查，使用内置防毒工具提供持续实时保护，抵御病毒、恶意软件及间谍软件等威胁。
数据分类分级管理	<ul style="list-style-type: none"> 执行《数据分类分级管理制度》，将数据划分为用户、业务、经营、系统运行四大类别；根据危害程度分为核心、重要、一般三级，一般数据细分为 1-5 级，各级别对应不同保护措施。 建立数据资产清单，对加工数据明确定级规则，并根据变化动态调整级别。
权限控制	<ul style="list-style-type: none"> 严格限制员工根据职位与职责存取数据，维持详细存取日志，定期内部审阅。 开机密码每三个月强制更新，须符合复杂度规定；处理机密资料须加密文件，密码由部门主管按季度管理及更新。
隐私保护	<ul style="list-style-type: none"> 制定并公开隐私政策，明确数据收集、使用和保护措施。 对客户数据进行匿名化处理，确保隐私安全，在收集和使用用户数据前，获取用户明确同意。 坚持数据收集最小化原则，减少不必要的的数据收集，降低数据泄漏风险。 践行数据透明化使用，在业务前端优化用户界面，以更清晰的方式向用户告知数据收集使用的目的，并提供更灵活的控制选项。 在数据分析与营销等后端业务中，优先采用匿名化、去标识化技术，在保障业务效果的同时最大限度降低隐私风险。
安全审计	<ul style="list-style-type: none"> 每季度进行内部审计，每年聘请第三方机构进行安全评估，并根据评估结果优化数据安全和隐私保护措施。 积极推动公司主要业务系统获取数据安全与隐私保护相关认证。WEIQ 平台和灵感岛 APP 已通过国家网络三级保护认证和评估。
专题培训	<ul style="list-style-type: none"> 定期组织全员培训，提升数据安全和隐私保护意识，针对特定岗位（如开发、运维、客服）开展专项培训，确保员工掌握数据安全和隐私保护的基本技能。
应急演练	<ul style="list-style-type: none"> 制定《数据安全事件应急预案》，明确响应流程和责任人，并定期开展应急演练，确保安全事件发生时团队能够迅速应对。

指标与目标

公司设定数据安全与客户隐私保护管理指标与目标，建立长效监测机制，确保相关工作落到实处。

天下秀数据安全与客户隐私保护管理指标与目标

指标	目标	2025 年
数据泄露事件数	≤ 5 起	1 起 ¹



WEIQ 和灵感岛 APP 系统获公安部三级等保认证

¹2025 年 7 月，公司旗下 WEIQ 平台因系统故障导致领克品牌新车信息提前泄露。事件发生后，公司立即删除相关内容、修复系统漏洞并配合客户降低影响，双方已协商和解，不涉及诉讼金额。公司在公开平台发布致歉声明，承诺将以此为鉴，进一步强化系统稳定性与风险监控机制，严防此类问题再次发生。



科技伦理

天下秀涉及科技伦理的业务主要聚焦于 AI 灵感岛和虹宇宙两大板块。AI 灵感岛作为 AIGC 内容创作平台，为创作者提供文本生成、视频剪辑、数字人制作等功能；虹宇宙则借助大数据、云计算、XR 等技术，探索数字文旅与虚拟社交场景。在产品设计和研发的每一个环节，都要求公司在数据合规、内容安全等方面遵循科技伦理，对用户负责，确保数字技术的应用安全、可靠。报告期内，公司未发生重大违反科技伦理的事件。

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《生成式人工智能服务管理暂行办法》《互联网信息服务深度合成管理规定》等法律法规，构建全面的科技伦理管理体系，制定《声音克隆协议》《定制模特协议》等内部规范文件，加强科技伦理问题管理。

公司将伦理审查作为强制性环节嵌入产品开发流程，通过人工审查、规范数据管理等方式开展科技伦理管理工作，保障灵感岛和虹宇宙等业务符合伦理道德与法规要求。

天下秀科技伦理主要管理机制

灵感岛

- 数据使用遵循严格规范，收集时秉持最小必要原则，保障用户知情权与选择权。
- 定期开展内部科技伦理审查，审查 AI 生成内容的算法逻辑，确保不会出现虚假信息诱导、价值观偏差等问题。
- 在生成内容时，通过自动化与人工结合审核，确保基于真实客观信息，避免虚假、有害内容传播。
- 应用数字人技术时，严格遵循科技伦理，保障数字人形象生成过程的数据安全与用户隐私，确保数字人互动遵循道德规范，避免不当引导或侵犯用户权益。

虹宇宙

- 审查虚拟场景搭建、虚拟角色互动等方面是否遵循伦理规范，虚拟社交行为是否存在侵犯隐私、传播不良价值观的潜在风险。一旦发现风险隐患，相关业务团队立即整改优化，整改完成后再次审查，直至符合科技伦理标准。
- 利用 XR 光影技术打造虚拟旅游场景时，充分考虑用户体验的伦理维度，避免过度刺激或引发不适，为用户营造健康、积极的虚拟环境。
- 在聚合 IP 资源打造文旅新产品时，注重 IP 使用的合法性与文化价值传播，避免侵权行为，以积极、正面的方式推动文旅产业发展，促进文化交流与传承，维护社会文化伦理秩序。

内育卓越人才，外塑永续社区

员工权益与福利

公司坚持依法合规与以人为本原则，将保障员工合法权益与提升员工福祉作为人力资源管理的重要内容。围绕招聘雇佣、薪酬福利、社会保险及员工沟通关怀等方面，公司建立系统化管理机制，持续完善制度保障与支持措施，营造公平、尊重、包容的工作环境，促进员工与企业的协同发展。

员工招聘与雇佣

根据全球化业务布局与本地化运营需要，天下秀建立了多元化、合规化的雇佣体系。公司在境内的员工雇佣类型主要包括劳动合同工、劳务派遣工、实习生、退休劳务人员、兼职人员、非全日制人员，境外主要包括劳动合同工。

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等国内法律法规，以及新加坡《雇佣法令》（《Employment Act》）、日本《劳动基准法》（《労働基準法》）等境外适用法律法规，确保用工管理与业务开展符合所在司法辖区的合规要求。

公司制定《人力资源部制度汇编》《招聘管理制度》等内部制度，确保公司员工招聘管理制度化、规范化、程序化，保证公司人才结构合理和人才储备充分，实现人力资源的优化配置。

天下秀员工招聘与雇佣管理机制

反歧视

坚持“公开、公正、任人唯贤”招聘原则，确保招聘过程透明、机会公平。选拔员工时，严禁对员工的性别、种族、民族等方面进行筛选和限制，注重对少数民族大学生、残障人士、退役军人的招聘吸纳。

禁止使用童工与强迫劳动

坚决杜绝使用童工及一切形式的强迫劳动，致力于构建合法、公平、自愿的雇佣环境。

重视性别多元化

在保障公平招聘机会的基础上，持续营造包容性的工作环境，支持女性员工在各类岗位上发挥专业能力与价值，促进组织多元稳健发展。截至 2025 年底，公司女性员工占比达 69%。



签约拥军行动，承诺同等条件下优先录用退伍军人

2025 年，公司通过在职员工内推、公开内部竞聘、校园招聘、媒体广告、猎头公司、退休返聘等多种招聘渠道开展招聘工作，共招聘员工 820 名；同时通过非全日制用工、劳务派遣、兼职、实习及退休返聘等多元用工方式，创造灵活就业岗位。

报告期内，公司在境内外均未发生员工雇佣方面的重大诉讼案件，亦未发生雇佣童工或强制劳工的情况。

员工权益保护

公司尊重和员工的基本权益，积极推进落实《员工行为准则》《考勤制度》等规章制度的实施运行，切实保障员工休息休假、取得劳动报酬、享受社会保险及其他法定权益。

天下秀员工权益与福利保障体系



工时与假期

- **标准工时及月度综合工时：**公司大部分员工均采用标准工时，部分客服、信息审核岗位采用月度综合工时。
- **法定假日及带薪休假：**公司根据国家规定的节假日安排员工休假，包括其他法定假日（如婚假、丧假、产假、哺乳假、育儿假等）。除此之外，员工可享受法定年假的带薪休假、按照入职年限给予的福利年休假，以及自入职之日的每年带薪病假。
- **加班调休及付薪政策：**公司鼓励员工在工作时间内完成工作任务，要求各级管理人员合理安排工作。因工作特殊原因需要非法定节假日加班的，公司根据加班时长安排员工进行相应调休，并根据加班时长给予加班餐补和交通补助。法定节假日加班情况，根据国家要求支付员工 300% 工资。



薪酬与福利

- **薪酬结构：**员工薪酬由岗位工资、岗位绩效、业绩奖金、佣金共同组成。
- **公司福利：**非法定范围内的公司福利针对全体劳动合同员工（含派遣员工）包括：带薪病假、司龄奖励年休假、弹性考勤组、节日伴手礼（元旦、春节、三八、端午、六一、中秋、司庆、圣诞）、各类企业文化活动（程序员节、电竞比赛）、部门团建费、优秀员工出境旅游、员工慰问礼金（结婚、生子、生病住院、直系亲属去世）、午餐补助、加班补助。
- **员工保险：**
 - **社会保险：**公司为全体签订劳动合同的员工依法缴纳社会保险，提供五险一金；对于劳务派遣员工，由公司支付至派遣机构为员工缴纳。
 - **雇主责任险：**针对全体实习生、退休返聘人员等社保缴纳范围外的员工购买雇主责任险类商业保险。

此外，公司针对劳动纠纷事件，始终秉持依法合规原则，积极配合劳动仲裁机构开展工作，并严格按照仲裁结果及法定程序落实执行，切实保障劳动者合法权益。报告期内，公司在境内外均未发生重大劳动纠纷事件。

员工沟通与关怀

公司设置职工民主程序，切实维护职工的民主权利，致力于建设开放、包容的工作环境。

天下秀员工沟通与关怀机制

员工沟通



设立员工工会，尊重并支持员工根据当地法律加入工会及参与集体谈判的合法权利；在企业微信上设立员工意见反馈平台“秀心声”。人力资源部及合规相关部门均设有公共邮箱接受员工的监督与反馈，创建了开放、透明的工作环境。

员工帮扶



在员工遭遇重大疾病或突发困难时提供相应的经济援助，缓解阶段性压力。针对员工人生重要节点或特殊情况，公司通过慰问金等方式表达关怀，增强组织支持感。

工作与生活平衡



倡导健康生活理念，鼓励员工在紧张的工作节奏中关注身心状态与自我管理。公司配备健身设施，为员工提供便捷的运动条件，并结合实际需求组织文体活动与健康主题分享，帮助员工建立科学的健康习惯。

女性员工关怀



持续关注女性员工发展需求，在节日关怀、育儿支持及哺乳期便利设施等方面提供支持，营造包容、尊重的工作环境。



超级[码]力——1024 IMS 程序员节



IMS 天下秀 15 周年庆

此外，为了解员工对职能部门整体工作的综合满意度及意见反馈，进而更好地解决问题，提升职能部门工作质量；同时为了解员工工作心理和需求，为员工提供更好的工作体验，提高与员工的沟通信任，加强凝聚力，公司每半年进行一次全公司的满意度调查工作，调研员工对公司的满意度。



开展 2025 员工满意度调研



2025 年，公司共组织两次覆盖全员的满意度调研，一是从各部门职责模块进行精细化评估，涵盖人力资源部、华东区人力资源及行政部、行政部、财务管理部及法务部等关键职能部门；同时，针对中台部门专项开展满意度调研，覆盖集团采购中心、集团产品研发中心、客户发展与管理部等核心支持中台部门。二是年底实施全员敬业度调研，以多视角洞察员工真实诉求与组织效能。

调研结果显示，各相关职能部门均获得较高评分，充分彰显了公司在提升专业能力、优化运营效率方面的积极成效，为构建高绩效、高满意度的职场环境提供了坚实支撑。

员工健康与安全

天下秀作为深耕红人新经济领域的平台型企业，在日常经营活动中不涉及重大职业健康危害因素，但持续关注办公环境安全与员工身心健康管理，致力于营造安全、健康的工作环境。

在办公环境安全方面，公司编制《安全风险应急预案》《消防应急预案》《办公环境及办公安全运营标准手册》等安全标准文件，由行政部落实工作并全员宣贯安全相关内容。同时，为及时应对突发事件，公司成立突发事件应急处理领导小组，统一协调公司突发事件的应急处理工作。

天下秀突发事件应急处理领导小组架构

成员	职能
核心管理层	<ul style="list-style-type: none"> 指挥有关人员立即到达规定岗位，采取相应的应对措施。
各部门负责人	<ul style="list-style-type: none"> 安排有关人员开展相关的排危抢险或者实施救援工作。
各部门对接人	<ul style="list-style-type: none"> 根据需要对员工进行疏散。
行政部	<ul style="list-style-type: none"> 报请上级部门迅速依法采取紧急措施。

公司将办公环境安全作为日常运营管理的重要组成部分，建立制度明确、责任清晰、执行到位的安全管理机制，持续提升办公场所的安全保障水平。

天下秀办公环境安全管理机制

在员工入职阶段发放《员工行为准则》并开展安全宣导与培训，强化办公区域安全意识与规范要求。

在各办公场所配备门禁管理系统，加强出入管控，同时实行 24 小时值班与巡检机制，定期对办公区域及周边环境开展安全检查。

配置必要的急救设备，张贴安全提示等标识，提升员工应急处置与风险防范意识。

各运营地行政人员每周汇总上报《安全风险识别巡检报告》，对发现的风险隐患进行跟踪整改与闭环管理，持续提升工作环境安全保障水平。

发布安全倡议书



文明安全倡议书 - 第一期



文明安全倡议书 - 第二期

配置急救设备



AED 工区摆放图及粘贴的使用说明

员工专业救护技能证书



北京红十字会救护技能证展示图（目前有 6 名员工有救护证）

公司亦建立了系统化的员工身心健康保障机制，围绕身体健康、心理关怀及风险保障等方面持续完善支持体系，构建覆盖员工在岗全过程的健康与安全保障网络，提升员工福祉水平。

天下秀员工身心健康管理措施

方面	具体措施
开展健康体检	<ul style="list-style-type: none"> 为正式员工提供免费入职体检及年度在职体检，持续关注员工身体状况，支持其以良好状态投入工作与生活。
提供心理健康咨询	<ul style="list-style-type: none"> 依托工会平台提供私密心理关爱服务，支持在线心理测评及专业心理咨询预约，帮助员工缓解工作与生活压力。
开展健康公益活动	<ul style="list-style-type: none"> 定期组织义诊等健康公益活动，将专业健康服务延伸至员工日常工作与生活场景，持续提升员工整体福祉水平。
完善医疗与风险保障	<ul style="list-style-type: none"> 构建多层次医疗与风险保障体系，根据不同用工形式配置社会保险及补充保障安排，依法落实相关保险责任，提升在岗期间的医疗与职业风险保障水平。 为集体出行的员工统一购买差旅类商业保险；为境外公司员工缴纳当地保险，作为基础保障的有效补充。

员工培训与发展 *

治理

天下秀以构建“简单、快乐、可依赖”的学习型组织为目标，围绕组织战略与业务需求推进人才发展与培训管理。为扎实推进人才培养与管理工作，公司制定《人力资源部制度汇编》《薪资及岗位晋升管理办法》《M序列进出规则》等内部制度，完善员工培训与发展管理体系。

人力资源部作为公司员工培训与发展的主要负责组织，始终坚持“积极、愉快、富有成就感”的学习理念，致力于打造高效且充满活力的学习体验，激发员工成长动力，为企业和个人的共同发展赋能。

战略

公司持续完善员工培养与职业发展通道，激发组织活力与人才潜能，为公司稳健增长提供持续的人才支撑。公司识别并评估员工培训与发展相关机遇，结合实际经营需求优化人才培养策略，强化能力建设与队伍结构优化，确保人才发展与公司战略目标保持协同。

天下秀主要的员工培训与发展相关机遇及应对策略

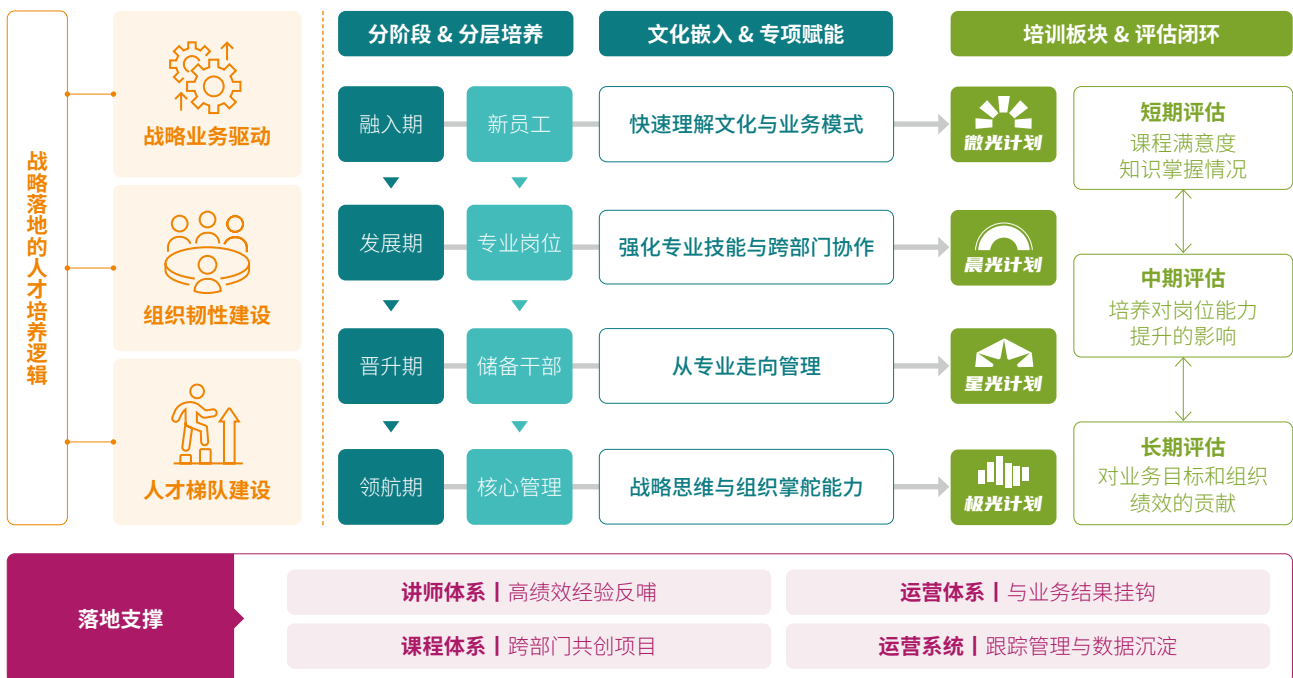
主要机遇类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
服务效率提升 机遇	中长期	营业收入增加 运营成本减少	<ul style="list-style-type: none"> 公司坚持系统谋划人才工作，着力打造总量合理、结构优良、接替有序、能力突出的人才队伍。聚焦人才引进、精准培养与高效任用，针对各业务条线，差异化制定专业人才发展策略。 持续完善培训体系，设立学习发展中心(光年学院)，以打造专业、共享的学习氛围为目标，推出四大针对性培训计划，覆盖从新员工到管理层的全成长路径。
人才保留与激励 机遇	中长期	营业收入增加	

影响、风险和机遇管理

员工培训

公司建立覆盖员工全周期、分层递进的培训体系，包括面向新人融入的“微光计划”、面向全体员工专业提升的“晨光计划”、面向储备干部培养的“星光计划”、面向管理者的“极光计划”以及重点业务条线的专项赋能，系统化地锻炼员工在业务技能、专业知识及精益管理等多维度的复合能力。

天下秀员工培训体系





星光计划——第五届精英训练营



2025年3月，公司面向高潜业务骨干组织开展“管理者的四驱能力+‘沙漠掘金’团队管理沙盘体验”储备管理专项培训。培训采用“理论讲解+分组讨论+沙盘模拟”的线下授课形式，帮助学员进一步强化对管理角色的认知，提升团队沟通、决策分析与执行协同能力，为公司储备管理人才梯队奠定坚实基础。



培训现场

员工发展

公司建立科学完善的人才发展规划，通过制定人才需求规划、实施人才盘点、建立多元人才培养通道等方式，有效管理人才吸引与发展过程中的风险和机遇，以支撑公司可持续发展目标。

天下秀人才发展规划

人才需求规划

公司实施人力成本预算统一管控，各部门人力成本依据公司下一年度战略规划制订人员计划，人力预算按年度由公司下达，以季度为单位，参考业务数据按季度使用。

人才盘点实施

公司各一级部门在每年第一季度结束前，根据当年度首月人力成本总额，进行人才盘点，根据盘点结果对一级部门内岗位设置进行合理调整（包括岗位数量和岗位职级等）。

人才培养双通道

岗位序列分为M序列（管理序列）和P序列（专业序列），且公司根据人才发展的需要，设置M0作为管理人员的储备。

公司人才晋升方式包括年度人才盘点晋升、岗位空缺委任晋升及内部竞岗晋升，强调公开、公平与组织需求相结合。晋升以绩效表现为重要依据，持续高绩效员工优先获得晋升与发展机会；绩效不达标或存在违规情形的员工将受到相应限制。职级调整遵循逐级晋升原则，降级或岗位调整需履行明确的评估与审批程序，确保过程规范透明。

同时，公司构建差异化的绩效评估体系，根据不同岗位职责与管理层级特点，设计针对性的考核方式与评价标准。通过区分管理序列与专业序列的绩效目标、指标设置及考核周期，公司实现评价维度与岗位价值相匹配，确保绩效结果能够客观反映员工贡献。

天下秀人才培养双通道绩效考核机制

管理 (M) 序列

公司针对管理序列人员实施基于战略的 OKR¹ 考核机制。

- **考评周期：**根据岗位特性，考核周期按季度、半年度周期进行。
- **考评内容与权重：**考评分为业绩指标、重要项目工作、组织及人才建设、价值观与行为评价四个维度，权重因岗位类别、重要程度不同而差异化设置。
- **绩效等级评定：**日常考评等级按得分划分为五档；年度考评等级依据各期考评得分累计确定，确保评价的持续性与综合性。
- **结果应用：**考评结果用于绩效改进、排榜激励、晋升、调岗等人才决策。M 序列考评结果直接影响所在部门的评优名额、高绩效员工比例及团队年终奖金系数等。
- **申诉机制：**为确保程序公正，设置申诉机制，员工在绩效评估结果反馈后，如对考评结果有异议，可在得知结果后的 3 个工作日内进行申诉，书面意见反馈至集团人力资源部专用邮箱（okr@inmyshow.com）。

专业 (P) 序列

公司针对专业序列员工采用聚焦职责的 KPI² 考核模式，考核指标设定遵循 SMART 原则³，基于岗位职责与部门目标，由 HR 与部门负责人共同制定。

- **考评周期：**根据岗位特性，按月或季度进行。
- **考核内容：**针对试用期员工，重点考核对公司流程的熟悉度及基础任务达成情况，结果作为转正核心依据；针对转正员工，重点考核业绩目标与核心任务完成情况，关注对部门及公司目标的贡献度。
- **绩效等级评定：**日常考评等级按得分划分为五档；年度考核绩效等级基于日常工作表现、绩效成果及表彰、惩处等综合情况确定。
- **结果应用：**考核结果用于绩效改进、晋升、调岗等人才决策，推动员工与组织共同成长。
- **申诉机制：**绩效考核坚持公平、公正、公开原则，如员工认为在考核过程中受到不公平对待，或对考核结果有异议，在与直接上级沟通未果的情况下，可在得知考核结果后的 3 个工作日内将申诉意见以书面形式反馈至集团人力资源部邮箱：hr@inmyshow.com，或华东区人力资源及行政部邮箱：hr-east@inmyshow.com。人力资源部门将对申诉事项进行调查核实，复核相关数据与流程，客观处理申诉。

¹ OKR: Objectives and Key Results, 即目标与关键成果法。

² KPI: Key Performance Indicator, 即关键绩效指标。

³ SMART 原则: 由 Specific (明确性: 目标需清晰可描述)、Measurable (衡量性: 需有量化数据或质化标准评估)、Attainable (可实现性: 通过合理努力可达)、Relevant (相关性: 与其他目标逻辑关联)、Time-based (时限性: 设定具体完成期限) 五个维度构成的目标管理工具。

指标与目标

公司持续完善人才培养机制，系统推进覆盖不同层级与岗位的四大培训体系，提升组织整体竞争力。

天下秀 2025 年员工培训与发展目标与成果

目标	成果
<ul style="list-style-type: none"> 建立覆盖新员工培养、专业能力及管理人才发展的培训体系，支持员工在不同职业阶段实现持续成长。 通过系统化业务与产品培训，提升员工专业能力与市场响应能力，更好地服务客户与业务发展。 持续强化员工职业素养与合规意识，推动合规理念融入日常经营管理。 培养具有管理潜力与战略视野的人才梯队，为企业长期发展储备核心管理力量。 	<p>微光计划——新员工入职培训</p> <ul style="list-style-type: none"> 2025 年全年共开展班级式入职培训 9 场，同时通过个人任务式培训推动业务综合体系学习与制度学习的落地，累计开展培训任务超过 700 次，总培训时长超过 4500 小时，参训员工考核通过率 100%。
	<p>晨光计划——业务综合能力培训</p> <ul style="list-style-type: none"> 累计培训时长超过 380 小时。同时，积极参与媒体平台组织的产品功能升级及工具应用培训，线上线下等不同形式参训共计 40 余次，及时吸收行业变化并应用于业务实践。
	<p>业务合规培训</p> <ul style="list-style-type: none"> 新员工在入职当日即接受合规培训，了解企业经营中的合规要求与职业行为规范。同时，通过内部内容栏目形式，每周向集团全体员工持续推送业务合规与廉洁警示案例等学习资料，在日常工作中持续开展合规宣贯，强化员工风险意识与规范意识。
	<p>星光计划——储备干部培养项目</p> <ul style="list-style-type: none"> 2025 年面向 25 名储备干部开展 6 期高强度集中培训，每期平均培训时长超过 10 小时，全部学员均已修满学分并通过考核。
	<p>极光计划——高管发展项目</p> <ul style="list-style-type: none"> 面向集团高管团队开展，旨在拓展管理层的全球视野，提升战略认知与商业洞察能力，通过学习前沿商业模式与管理理念，支持企业在复杂市场环境中的长期发展。



社会贡献与乡村振兴

天下秀积极履行社会责任，持续推进社会公益与乡村振兴相关工作，发挥自身在数字营销与内容技术领域的资源与专业优势，通过旗下天下秀教育开展多元化公益培训与合作项目，支持基层群体能力建设与就业创业发展，提升社会群体在数字经济环境下的适应能力与发展潜力，助力区域经济活力提升与社会可持续发展。



开展女性创业数字能力提升培训



2025年8月至11月，天下秀教育承办全国妇联发起的“@她创业计划—女性创业赋能直播电商培训项目”，在云南、广西多地开展首批8期培训，累计覆盖400余名女性企业主。课程围绕直播电商全链路运营设计，系统融入生成式人工智能在内容创作与数据分析中的应用，帮助学员提升选品决策与运营管理效率。同时，课程涵盖账号定位、平台规则、直播间搭建、短视频引流及数据优化等实操模块，强化实际应用能力。该项目支持女性创业者提升数字经营能力，为地方创新创业发展提供人才支撑。



培训班合影



推动数字技能培训支持新就业群体发展

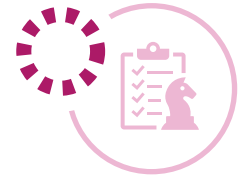


2025年9月，天下秀教育响应朝阳区委社会工作部及大屯街道号召，持续参与“美井骑士夜校”项目，为外卖骑手等新就业群体提供数字技能培训支持。课程围绕短视频运营、直播营销及短视频制作三大模块设计，结合平台规则与实际场景，强化拍摄剪辑、内容表达及直播实操等应用能力，采用“不脱产、不离岗”的夜校形式，提升课程可及性与实用性。通过贴近学员实际工作情境的教学安排，项目支持新就业群体拓展数字表达与内容创作能力，助力其提升职业发展空间。



培训现场

治理篇



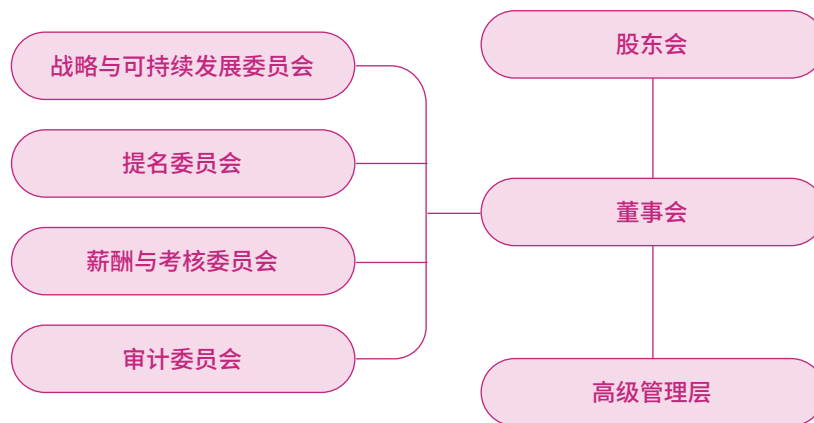
筑牢治理根基，合规致远护航

公司治理 *

治理

天下秀严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规，构建以股东会、董事会和管理层为核心的“两会一层”公司治理架构，并持续完善治理制度建设，修订《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等治理相关制度，明确治理权责边界与运行流程，为公司规范运作提供坚实的制度支撑。

天下秀公司治理架构



战略

公司重点关注股东会与董事会治理、信息披露及投资者关系管理等关键领域，其中既蕴含提升决策质量、增强资本市场信任的发展机遇，也需审慎管理治理运作不规范、信息披露不透明、关联交易不规范或投资者沟通不畅等带来的合规风险与声誉风险。公司构建全面的公司治理风险和机遇管理框架，为可持续发展提供坚实保障。

天下秀公司治理相关风险和机遇及应对策略

主要风险 / 机遇类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
因治理与信披问题导致的政策与法规风险	中长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 持续优化公司治理效能、完善信息披露透明度机制及强化投资者关系管理体系。
因投资者沟通不畅导致的声誉风险	中长期	营业收入降低 融资成本增加	
因治理效能与投资者信任带来的市场机遇	短中长期	融资成本降低 营业收入增加	

影响、风险和机遇管理

治理优化及董事会建设

公司严格遵照各项治理制度，保障治理会议的召集、召开与表决流程合法合规，所形成决议均合法有效。2025年，公司严格按照新《中华人民共和国公司法》及相关监管要求，正式取消监事会，其相关职权由审计委员会承接。公司同步顺利完成董事会换届选举，并引入职工董事，董事会成员均具备履职必备的管理经验与经营决策能力，并通过内外部培训学习，持续更新专业知识、提升履职技能。同时，公司持续完善治理制度体系，同步修订《公司章程》相关条款和《募集资金管理制度》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等制度，并制定《境外发行证券与上市相关保密和档案管理工作制度》，为公司规范运营进一步夯实制度基础。

公司积极落实董事会多元化政策，在选举董事会成员时，充分考虑候选人的技能、性别、年龄、文化及教育背景、种族、专业经验、独立性等因素，确保董事会拥有均衡多元的技能、经验及观点。公司董事会由7名董事组成，成员在财务、会计以及新媒体营销及广告等方面形成多元互补，女性董事占比43%，充分体现性别、专业背景及经验的多元化，为战略决策的科学性与公司治理的稳健性提供有力保障。

2025年，公司正式启动H股上市筹备工作，已向香港联交所提交A1上市申请，在此过程中推进公司治理体系与国际资本市场规则全面接轨，进一步提升治理透明度与规范化水平。

信息披露

公司始终高度重视信息披露管理工作，严格遵循信息披露相关法律法规要求，构建并完善信息披露管理体系，保证财务状况、经营成果、现金流量等关键信息全面、及时、准确披露，避免选择性披露与重大遗漏情形的发生。公司明确董事会统一领导和管理信息披露工作，董事长为信息披露第一责任人，审计委员会前置审核财务报告，董高签署书面确认意见，对披露内容真实性、准确性负责。

公司通过定期报告、临时公告、投资者交流等多渠道向市场传递经营策略、业务进展及未来规划，并持续优化披露内容的透明度和可读性。同时，公司动态监测市场及业务变化，确保重大事项第一时间公告，保持与监管机构的紧密沟通，提升信息披露的合规性和时效性。

投资者关系管理

公司始终将投资者关系管理作为核心责任，持续提升信息披露透明度，构建多元化沟通渠道。公司通过交易所互动平台、投资者热线、邮箱、业绩说明会等渠道与投资者畅通沟通，确保投资者全面掌握公司经营动态及行业发展趋势。在与投资者的沟通及交流过程中，公司严格遵循公平披露原则，并杜绝选择性信息披露行为，切实保障所有投资者的平等知情权。

投资者沟通渠道

股东会、业绩说明会、“上证 e 互动”平台

投资者关系邮箱：ir@inmyshow.com

投资者热线：010-6466 6131



针对关联交易等事项，公司建立严格的决策程序。重大关联交易须经审计委员会、独立董事专门会议审议通过后，方可提交董事会与股东会表决，关联人士在相关议案审议时严格回避，确保决策过程规范透明，切实维护公司及全体股东合法权益。在保障中小股东参与权方面，股东会采用“现场 + 网络投票”形式，为中小投资者提供便捷的远程参与渠道，同时，对重大事项设置单独计票机制，并专项披露表决结果，全面保障中小股东的知情权与决策参与权。

此外，公司始终将投资者回报作为企业价值实现的重要体现，持续优化科学、稳健的利润分配政策。在拟订分红方案时，公司综合考量行业特征与自身经营发展需求，同时充分重视中小投资者的合理诉求，通过搭建持续、稳定的现金分红机制，推动股东利益与企业发展形成良性协同。公司在年报中详细披露分红政策制定依据、执行情况，并通过业绩说明会解读分红方案，确保分红政策透明化，稳定投资者回报预期。

指标与目标

公司不断提升治理效能，以“稳健治理、长效发展”为核心目标，系统规范治理架构运作流程、强化信息披露透明度、完善投资者权益保护机制，在高效治理、规范运作等方面取得显著成效。

天下秀 2025 年公司治理重点绩效成果



董事会组成



董事会董事 **7** 名
其中女性董事 **3** 名，占比达 **43%**



独立董事 **3** 名
其中女性独立董事 **1** 名，占比达 **33%**



会议召开情况



股东会会议 **3** 次
共审议议案 **34** 项



董事会会议 **8** 次
共审议议案 **63** 项



信息披露成果

- 组织编制及披露 4 期定期报告及 61 份其他信息披露文件。
- 披露文件无虚假记载、无误导性陈述或重大遗漏，确保投资者能够平等、及时、有效地取得所披露的信息。



投资者关系管理成果

- 公司业绩说明会常态化：在年度、半年度和三季度业绩发布后通过中国证券网路演中心以网络互动的形式召开业绩说明会共 3 场。
- 稳定现金分红政策：2025 年度实施每股派发现金红利 0.0086 元（含税），共计派发现金红利 15,546,629.72 元（含税）。

更多公司治理议题管理详情，请参阅《天下秀数字科技（集团）股份有限公司 2025 年年度报告》“公司治理、环境和社会”章节。

合规运营

治理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》等法律法规及中国证监会、上交所的相关监管要求，构建覆盖全业务、全流程的合规运营管理制度体系，以《质监管理规定》等基础制度为核心，配套反腐败、供应商管理、商业行为规范等专项细则，将合规要求嵌入经营决策、业务开展、合作管理等关键环节，建立合规审查、风险识别、整改闭环的全流程管控机制，同时明确合规考核、责任追究等管理要求，形成“有章可循、有规可守、有责必究”的合规运营管理体系，保障公司经营活动合法合规、稳健开展。

公司搭建分层分级、权责清晰、闭环管理的合规运营治理架构，形成“顶层决策、中层执行、基层落地、全程监督”的管理体系，确保合规要求全面融入业务流程。

天下秀合规运营治理架构

组织	职责
合规管理委员会	<ul style="list-style-type: none"> 统筹合规战略，审定重大制度与决策，履行最高决策职责。
法务部联合质监、风控、财务等部门	<ul style="list-style-type: none"> 法务部：统筹全公司合规管理，牵头制度建设、风险识别预警与处置，负责规章制度、经济合同、重大决策的合规审查，组织合规培训宣贯，受理合规咨询及违规举报，推动 ESG 合规融入整体体系。配备首席合规官，由总法律顾问担任，领导合规管理工作，列席董事会、经理层等重要决策会议，对重大决策出具合规意见，监督制度执行。 质监、风控、财务等部门：负责制度制定、风险识别与防控、合规审查与培训，形成跨部门协同监督。
各业务部门	<ul style="list-style-type: none"> 作为合规执行主体，落实“谁经营谁负责”原则，在业务一线执行合规要求，接受合规监督与指导。

战略

受监管政策持续趋严、ESG 要求务实化及业务快速扩张等多重因素影响，若技术迭代或业务拓展未及时适配 AI 技术应用及数据处理的相关法规变化，或合作达人出现失德、违法或 ESG 相关负面行为，可能对公司品牌声誉造成连带损害，并面临监管处罚或业务整改风险，因此公司采取针对性管控措施，确保合规风险可控。

影响、风险和机遇管理

公司建立系统的风险管控流程，由法务部牵头统筹，联合质监部及各业务部门协同推进，确保风险管控覆盖公司运营各环节，并持续优化管理效能。

天下秀合规风险管理流程

识别

系统排查合同合规、知识产权、诉讼等法律相关风险，同步收集业务环节潜在风险点，建立标准化风险台账。

评估与优次排序

针对识别的合规风险开展评估，制定量化与定性结合的优先级排序标准，结合法律法规、行业规范，量化风险发生概率及影响程度，划分风险等级。

管理

制度体系：制定涵盖公司治理、反腐败、人力资源、财务资产、业务运营、研发创新及信息安全等类别的合规制度，为合规运营提供制度保障。

分级管控：针对合规风险实施分级管控策略，对重大合规风险制定专项防控策略，对中低风险开展日常管理，确保资源精准投放、风险有效缓释。

流程嵌入：将风控节点深度嵌入业务流程，常态化开展合规监督，对发现问题实行“整改销号”管理，并定期复盘优化制度，确保风险管控落地见效。

文化培育：适时开展风控及内控培训，持续完善合规管理制度，将内控执行情况纳入合规考核，及时修订风险应对方案，推动全员合规意识提升。

监督考核：升级内控体系，推动内部审计常态化运作。制定年度合规工作计划，明确全员培训、风险排查、审计监督等具体任务与时间节点，将合规工作成效纳入部门及核心岗位 KPI，定期复盘战略执行情况并动态优化，以合规管理护航企业稳健发展。

天下秀合规运营相关风险及应对策略

主要风险类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
因自身或合作方违规导致的合规风险	中长期	运营成本增加 营业收入降低 诉讼赔偿	<ul style="list-style-type: none"> 完善合规条款、强化尽调排查、升级技术体系、开展专项培训等。 后续将深化风险量化管控、完善制度体系、强化协同防控，提升风险防控精准度与专业化水平。



“质法大队”有话说



自 2025 年 12 月起，每周定期在公司全员群推送上一周发生的行业相关合规资讯，包含司法案例、合规故事、律师解读、行业新规解读等方面的内容的宣传，持续渗透法律知识，保持员工对合规动态的敏感度与认知更新，从而使合规工作更好开展。



宣传视频截图

税务治理

天下秀严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《大企业税务风险管理指引（试行）》等法律法规，制定《税务管理制度》《税务合规手册》《税务风险分级目录》等内部制度，建立税务合规管理体系，监督各业务单元、子公司的纳税申报、税款缴纳及税务备案，防范因政策误读或操作疏漏导致的税务风险，维护公司信誉与经营安全。

公司构建覆盖制度优化、风险管控、数字化赋能和组织协同的税务治理体系。公司针对多元业务场景梳理税务处理规范，建立“识别 - 评估 - 应对”三级风险管理模型，对关联交易、跨境支付等重点领域开展专项评估；通过业税联审机制前置防控风险，搭建税务智能监控平台实时预警关键指标，建立稽查响应机制实现标准化应对。同时，公司部署智能税务管理系统与大数据风控模型，以技术手段动态监测异常交易；设立专职税务团队，建立跨部门协同机制与数据共享平台，实现风险共管与数据同源。此外，公司定期分层开展税务培训，形成长效学习机制，全方位保障税务合规，有效防范涉税风险。



开展税务治理培训



2025 年，公司针对关键风险领域开展 4 场税务治理内部专项培训，覆盖居民企业与非居民企业业务往来需关注的涉税事项、《增值税法实施条例》、互联网平台规则政策解读、海南自贸港封关运作税务政策梳理与建议等主题。

指标与目标

公司建立合规与风险管理常态化的指标监测体系，将风控要求嵌入业务全生命周期，推动风控从被动应对向主动预防转变，并设定清晰目标，保障公司稳健合规运营，同时通过月度数据监测、季度分析复盘、年度全面评估，动态跟踪指标完成情况，及时整改偏差，确保合规运营管理落地见效。

天下秀合规运营管理指标与目标

指标	目标	2025 年
合规培训覆盖率	100%	100%
重大违规行为事件	0 起	0 起
举报核查处置及时率	100%	100%



反商业贿赂及反贪污 *

天下秀始终秉持“廉洁经营、诚信立业”的工作宗旨与“零容忍”的核心理念，坚持“预防为主、惩防并举、全程管控、全员参与”的工作方针，将相关要求全面嵌入经营管理、供应链合作、人员管理各环节，通过制度建设、全员培训、监督核查、从严追责形成全链条管控体系，切实营造风清气正的廉洁经营生态。

治理

公司严格遵守《中华人民共和国刑法》《美国反海外腐败法》等国内外法律法规，制定《质监管理规定》《吹哨人制度》等核心制度，明确全员廉洁行为底线，覆盖采购、招投标、商业合作等高风险领域，并构建“高层统筹、质监主责、部门协同”的反商业贿赂及反贪腐三级治理架构，形成权责清晰、监督闭环、考核落地的治理体系。

天下秀反商业贿赂及反贪污治理架构

组织	职责
高层管理团队	<ul style="list-style-type: none"> 审定制度体系与重大策略。
质监部	<ul style="list-style-type: none"> 牵头搭建管理办法、实施细则等全流程制度体系，团队配备法律、审计专业人员，拥有独立调查、监督及问责职权。 建立逐级信息报告机制，重大问题直报高层管理团队，确保信息畅通、响应及时。
各部门	<ul style="list-style-type: none"> 作为执行主体，落实廉洁要求。

战略

公司深知违反反腐败、反贿赂等相关法律法规带来的监管调查、负面报道风险，积极识别、评估及管理反商业贿赂及反贪污相关风险，不断完善管理体系，有效管理和控制公司全价值链中贪污、贿赂等相关风险。

天下秀反商业贿赂及反贪污相关风险及应对策略

主要风险类型	影响时间范围	预期财务影响	应对策略
因自身或合作方的腐败贪污行为导致的政策与法规风险	中长期	运营成本增加 营业收入降低	<ul style="list-style-type: none"> 制度约束、文化建设、监督问责、文化培育与供应商协同多措并举，构建嵌入业务全流程的反商业贿赂及反贪污管理体系。

影响、风险和机遇管理

公司构建覆盖“识别—评估—排序—监测—管理”全流程的反商业贿赂及反贪污风险管理体系，聚焦采购、招投标等高风险领域，将廉洁风控深度融入经营全流程，有效防范廉洁风险。

天下秀反商业贿赂及反贪污风险管理流程



公司持续深化反商业贿赂及反贪污体系建设，从全流程管控、文化培育、举报监督、供应商管理等维度构建廉洁防线，保障企业经营行稳致远。

天下秀反商业贿赂及反贪污管理措施

方面	具体措施
全流程管控	<ul style="list-style-type: none"> • 关键岗位签订年度廉洁责任书，明确廉洁从业红线。 • 在采购、招投标、商业合作等环节推行“回避制度”，从源头防范利益输送风险。 • 将廉洁从业表现纳入员工及部门绩效考核，与评优、晋升直接挂钩。 • 对违规行为严肃问责，依据制度规定采取警告、记过、解除劳动合同等措施，涉及违法犯罪的依法移送司法机关。
廉洁文化建设	<ul style="list-style-type: none"> • 面向董事、管理层及核心员工开展分层分类反腐败专项培训，覆盖决策层、经营层及关键岗位。 • 结合行业典型案例、内部制度及法律法规，通过专题授课、案例研讨、警示教育等形式，重点讲解商业贿赂、利益输送、职务侵占等行为的界定与风险防控要点。 • 强化管理人员带头践行合规要求，推动形成全员知敬畏、守底线、讲廉洁的企业文化。
举报与监督	<ul style="list-style-type: none"> • 制定《吹哨人制度》，明确举报范围涵盖廉洁违纪、经营违规、风控失责等行为，适用于全体员工及合作方。 • 搭建热线、专用邮箱、举报微信、企业内网平台、实体信箱等线上线下多渠道举报体系，支持实名及匿名举报。 • 由质监部专职受理，执行“登记 - 初审 - 调查 - 处理 - 反馈”全流程机制，明确调查时限与回避原则。 • 建立严格保密制度，举报信息加密管理、专人保管，严禁打击报复。 • 实名举报办结后及时反馈结果，诬告陷害依规追责，全方位保障举报环境安全。
供应商廉洁管理	<ul style="list-style-type: none"> • 建立覆盖所有合作供应商的反腐败管理制度，将签署《供应商廉洁合作协议》作为合作前置条件，明确腐败行为红线及违规违约责任。 • 合作中通过年度定期评价及不定期专项抽查和审计、实地走访等方式常态化核查供应商廉洁履约情况。对违规供应商采取约谈整改、终止合作等措施，筑牢供应链廉洁合规防线。

指标与目标

公司针对反商业贿赂及反贪污制定管理目标，并定期通过相关指标监测目标进展。

天下秀反商业贿赂及反贪污相关指标与目标

目标	指标	2025 年
<ul style="list-style-type: none"> • 构建覆盖全业务流程的廉洁风险防控体系 	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	100%
<ul style="list-style-type: none"> • 通过常态化廉洁教育引导员工树立合规意识 	报告期内针对公司的商业贿赂及贪污相关重大诉讼事件	0 件

反不正当竞争

天下秀严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《网络反不正当竞争暂行规定》及相关司法解释，同时遵循商标法、专利法、电子商务法、反垄断法等关联法律及公平竞争审查制度等行业规范，全面规范商业行为，禁止侵犯商业秘密和知识产权等不正当竞争行为，维护公平有序的市场环境。

公司制定《反不正当竞争合规管理办法》，配套商业秘密保护、知识产权保护等专项制度，明确全员行为准则与部门职责，建立反不正当竞争全流程管理体系，定期开展市场竞争合规自查，同步落地举报调查、合规培训、定期审计等运行机制，系统防范不正当竞争合规风险。

商业秘密保护

公司高度重视商业秘密保护，建立覆盖员工入职前、入职后及离职时全周期的商业秘密防护体系，通过背景调查、分级保密协议、权限管控、脱密管理等举措，构筑严密防线。

报告期内，公司发生 1 起因系统故障导致的商业秘密泄露事件，已与相关方达成一致并妥善处理。除此事件外，未发生其他重大不正当竞争违规行为。

天下秀商业秘密保护管理措施

<p>员工入职前</p>	<p>公司在员工授权后会进行全面的背景调查，包括但不限于过往工作经历、仲裁 / 诉讼历史，是否受竞业限制等。</p>
<p>员工入职后</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公司会根据岗位序列分为管理（M 序列）及员工（P 序列）签订不同级别的《保密及竞业禁止协议》，并常态化开展反不正当竞争合规培训，着重强调防止侵犯商业秘密和不正当竞争的重要性。 • 公司针对侵犯商业秘密或违反不正当竞争条款的事件，会采取全员通报和案例培训的措施。 • 对涉密文档及系统实施加密与访问权限管控，涉密信息分级加密。 • 设立违规举报渠道，对不正当竞争行为从严核查处置。 • 根据员工手册《员工行为准则》，对违反手册条款者，公司将视其具体情节给予口头批评、书面通报、记过等惩罚措施，严重违反公司制度者，公司有权解除劳动合同。
<p>员工离职时</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 离职人员做涉密文档、系统的涉密信息交接与脱密管理。 • 由公司根据员工工作岗位及工作内容，评估确定是否需要启动竞业禁止条款。

知识产权保护

公司构建“法务统筹、全员协同”的管理机制，法务部负责制度落地监督、风险审核、纠纷处置及知识产权台账管理，而内容、艺人、广告等相关事业部负责知识产权创造及使用过程中的合规执行，形成权责清晰、协同高效的管理格局。

天下秀知识产权保护管理措施



截至 2025 年底，公司在国内累计注册 22 项商标、5 项软件著作权、5 项著作权和 5 个域名，于 2025 年新增申请 5 项专利，且未发生任何有关知识产权侵权的重大法律、仲裁或行政诉讼事件。

ESG 数据表和附注

经济绩效

经济绩效数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
营业收入	万元	406,632.81	390,397.70
利润总额	万元	5,037.80	9,509.54
纳税总额	万元	13,795.46	20,101.68
基本每股收益	元	0.03	0.02
每股社会贡献值 ¹	元	0.33	0.35

注 1: 【计算方式】每股社会贡献值 = 基本每股收益 + (纳税总额 + 公司支付的员工工资和福利总额 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等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) / 公司发行股份总数。

环境绩效

环境绩效数据表¹

指标	单位	2024 年	2025 年
温室气体排放总量 (范围 1+ 范围 2) ²	吨二氧化碳当量	617.82	714.25
范围 1 温室气体排放量	吨二氧化碳当量	6.27	7.90
范围 2 温室气体排放量	吨二氧化碳当量	611.55	706.35
人均温室气体排放量 (范围 1+ 范围 2)	吨二氧化碳当量 / 人	0.48	0.49
范围 3 温室气体排放量 ³	吨二氧化碳当量	1,018.36	1,464.64
综合能源消耗量	吨标准煤	143.25	167.61
直接能源消耗量 ⁴	吨标准煤	3.08	3.88
间接能源消耗量 ⁵	吨标准煤	140.17	163.73
人均综合能源消耗量	吨标准煤 / 人	0.11	0.11
耗电总量	兆瓦时	1,139.68	1,331.23
人均耗电量	兆瓦时 / 人	0.89	0.91
自有车辆汽油消耗量	升	2,828.72	3,565.33

指标	单位	2024 年	2025 年
市政用水耗用总量	立方米	6,769	6,866.67
人均市政用水耗用量	立方米 / 人	5.29	4.69
废弃物产生总量 ⁶	吨	31.12	41.50
有害废弃物产生量	吨	1.1	1.13
无害废弃物产生量	吨	40.47	40.37
人均废弃物产生总量	吨 / 人	0.02	0.03

注 1: 统计口径为公司在中国境内的办公运营场所。

注 2: 范围 1 温室气体排放来源为自有车辆汽油消耗产生的排放, 温室气体排放系数参考《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)》《中国能源统计年鉴》《省级温室气体清单编制指南(试行)》《GB 17930-2016 车用汽油》计算而得。范围 2 温室气体排放来源为外购电力, 外购电力温室气体排放系数来自生态环境部、国家统计局 2025 年发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》。

注 3: 范围三温室气体排放包括类别 5 运营中产生的废物、类别 6 商务旅行, 以及类别 7 员工通勤产生的温室气体间接排放。范围三排放因子参考《中国产品全生命周期温室气体排放系数集》(2022)、《2024 年度中国主要城市通勤监测报告》《北京市生态环境局关于做好 2024 年本市碳排放单位管理和碳排放权交易工作的通知》《中国环境扩展投入产出数据库 Chinese Environmentally Extended Input-Output (CEEIO) database》(2020) 及《中国民用航空企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》等计算得出。

注 4: 直接能源使用为自有车辆汽油。直接能源消耗量根据国家统计局《中国能源统计年鉴》公布的能源平均低位发热量系数换算。

注 5: 间接能源使用为外购电力。间接能源消耗量根据《GB/T 2589—2020 综合能耗计算通则》取 20° C 卡换算。

注 6: 有害废弃物主要包括办公产生的废弃灯管; 无害废弃物主要包括办公产生的废弃电池、废纸、生活垃圾、碳粉盒、硒鼓墨盒等; 公司暂未统计废弃物循环利用量。2025 年, 公司对相关历史数据进行追溯重述, 相关数据均应以本报告披露为准。

社会绩效

员工数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
员工总数	人	1,279	1,465
按性别划分	男性	396	456
	女性	883	1,009
按年龄组别划分	>50 岁	20	40
	30 至 50 岁	568	660
	<30 岁	691	765
管理层员工人数	人	67	64
员工流失率 ¹	%	36.69	28.73
员工培训总支出	万元	40.70	35.10
员工培训次数	次	813	867
接受培训的员工总人数	人	1,279	1,380
员工培训覆盖率	%	100	94.20

指标	单位	2024 年	2025 年
员工工伤保险投入金额	万元	50.31	47.26
工伤保险员工覆盖率 ²	%	100	100

注 1: 2025 年, 公司调整员工流失率计算方法, 公式为: 年内流失人数 / (期末人数 + 年内流失人数)。为保持与往年数据的可比性, 公司已按该计算方法对历史数据进行追溯重述。公司所处行业整体流失率高, 公司已通过员工权益保障、持续沟通和关怀等方式积极推进员工保留与成长工作, 以此保障公司经营稳定性与持续性。

注 2: 公司为中国境内及海外各地区全体员工依据雇佣地政策 100% 缴纳社会保险或商业保险。

创新驱动数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
研发人员数量 ¹	人	151	123
研发人员数占员工总数的比例	%	11.8	8.40
研发投入金额	万元	8,062.24	7,127.70
研发投入总额占营业收入比例	%	1.98	1.83
应用于主营业务的发明专利数量	件	3	3
报告期内发明专利的申请数	件	—	3
报告期内发明专利的授权数	件	—	0
报告期内专利申请数量	件	0	5
报告期内专利授权数量	件	3	0
报告期内有效专利数量	件	17	17

注 1: 研发人员是指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员。

优质产品和服务数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
接获关于产品及服务的投诉处理率	%	100	100
报告期内发生的产品和服务相关的重大质量事件损害涉及的金额	万元	0	0

社会贡献与乡村振兴数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
慈善捐赠金额	万元	100	220
员工志愿服务人次	人次	50	2
开展志愿者活动时长	小时	42	416
乡村振兴投入金额	万元	2	24.89
乡村振兴惠及人数	人	60	404

可持续发展治理绩效

反商业贿赂及反贪污和反不正当竞争数据表

指标	单位	2024 年	2025 年
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事人数	人	5	5
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事比例	%	71.43	71.43
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层员工人数	人	67	64
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层员工比例	%	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工人数	人	1,279	1,465
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工比例	%	100	100
报告期内针对公司的商业贿赂及贪污相关重大诉讼事件	件	0	0

报告标准索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》索引表

维度	议题	对应的本报告章节、其他说明
环境	应对气候变化	应对气候变化
	污染物排放	公司产生的生活污水通过物业统一接入市政污水管网，污染物排放量较低、对环境影响较小，且未被列入环境信息依法披露企业名单，因此该议题与公司相关度低。
	废弃物处理	绿色运营 ESG 数据表和附注
	生态系统和生物多样性保护	公司运营点不涉及生态敏感区，经营活动也未对生态系统和生物多样性产生重大影响，该议题与公司相关性较低。
	环境合规管理	绿色运营
	能源利用	绿色运营 ESG 数据表和附注
	水资源利用	绿色运营 ESG 数据表和附注
	循环经济	绿色运营
社会	乡村振兴	社会贡献与乡村振兴 ESG 数据表和附注
	社会贡献	社会贡献与乡村振兴 ESG 数据表和附注
	创新驱动	创新驱动 ESG 数据表和附注
	科技伦理	科技伦理
	供应链安全	供应商管理

维度	议题	对应的本报告章节、其他说明
社会	平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元、占总资产的比重未超过 50%，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息。
	产品和服务安全与质量	优质产品和服务 ESG 数据表和附注
	数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护
	员工	员工权益与福利 员工健康与安全 员工培训与发展 ESG 数据表和附注
可持续发展相关治理	尽职调查	尽职调查与利益相关方沟通
	利益相关方沟通	尽职调查与利益相关方沟通
	反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污 ESG 数据表和附注
	反不正当竞争	反不正当竞争
自主披露的议题	负责任营销	负责任营销
	推动行业生态建设	推动行业生态建设
	公司治理	公司治理
	合规运营	合规运营

专有名词释义表

在本报告中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

天下秀、公司	指	天下秀数字科技（集团）股份有限公司及其附属公司
红人	指	现实或者网络生活中因为某个事件或者某个行为而被网民关注从而走红的人，同时也是内容创作者
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊等
新媒体营销	指	利用新媒体平台进行营销的模式
社交媒体、社会化媒体	指	允许公众撰写、分享、评价、讨论、相互沟通的网站和技术，是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台。社交媒体的产生依赖的是 WEB2.0 的发展，现阶段主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等
互联网营销	指	基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品及服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。其实质是将产品信息广告化与信息化，并以数字的形式呈现在网上
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制作、投放广告的企业、其他经济组织或个人
自媒体	指	以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括：博客、微博、微信、百度官方贴吧、论坛 /BBS 等网络社区
去中心化	指	以个人为中心，以个性化消费为特征的新型传播生态圈
大数据	指	一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面远超出传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低四大特征
云计算	指	基于互联网的相关服务的增加、使用和交付模式，通常涉及通过互联网来提供动态易扩展且经常是虚拟化的资源
AIGC	指	人工智能生成内容（Artificial Intelligence Generated Content，简称 AIGC），是人工智能技术生成的内容形式

KOL	指	关键意见领袖 (Key Opinion Leader) 的简称, 通常被定义为: 拥有更多、更准确的产品信息, 且为相关群体所接受或信任, 并对该群体的购买行为有较大影响力的人
MCN	指	Multi-Channel Network 的简称, MCN 模式源于国外成熟的网络达人经济运作, 其本质是一个多频道网络的产品形态, 将 PGC (专业内容生产) 内容联合起来, 在资本的有力支持下, 保障内容的持续输出, 从而最终实现商业的稳定变现
第三方 UGC 平台	指	由广告主、红人及互联网用户独立运营, 平台参与者 (包括互联网用户及红人) 可于平台创作并发布内容, 例如视频、图像、文章或进行直播。该等平台为内容创作者及红人提供与受众互动及开展营销活动的基础设施
IP	指	知识产权 (Intellectual Property) 的简称, 即法律赋予人们对其智力成果所享有的专有权利, 在商业和内容创作领域, IP 常被引申为具有商业开发价值的“内容资产”或“角色/IP 形象”
WAF	指	Web 应用防火墙 (Web Application Firewall), 指一种专门保护 Web 应用程序的安全设备或服务, 通过监控、过滤和阻断 HTTP/HTTPS 流量中的恶意请求, 防止针对 Web 应用的各种攻击
XR	指	扩展现实 (Extended Reality), 涵盖所有通过计算机技术将真实世界与虚拟世界融合的沉浸式技术, 实现人机交互环境的扩展与增强。包括虚拟现实 (Virtual Reality, VR)、增强现实 (Augmented Reality, AR) 和混合现实 (Mixed Reality, MR) 三大技术支柱
VR	指	虚拟现实 (Virtual Reality), 指一种通过计算机技术构建的完全沉浸式虚拟环境的技术
AR	指	增强现实 (Augmented Reality), 指借助光电显示技术、交互技术、多种传感器技术和计算机图形与多媒体技术将计算机生成的虚拟环境与用户周围的现实环境融为一体的技术
MR	指	混合现实 (Mixed Reality), 指一种将虚拟世界与现实环境深度整合的技术



— 主板上市公司:600556 —