



**微博2024年
环境、社会及
公司治理（ESG）报告**



目录

关于本报告	02
管理层致辞	03
走进微博	04
2024 年亮点绩效	06

内部管理制度列表	103
关键绩效表	104
ESG 指标索引	107
读者意见反馈表	108

01 精益治理

ESG 治理	09
公司治理	13

02 责任平台

信息安全	22
隐私保护	29
创新发展	33

03 优质体验

优质内容	38
广告治理	53
服务体验	55

04 人才聚力

保障员工权益	59
打造多元环境	65
助力员工发展	70

05 绿色发展

应对气候变化	78
坚持绿色运营	81
传播环保理念	86

06 社会价值

践行社会公益	90
社会化协作网络	93
扶弱助困传温情	95
助力乡村振兴	97
弘扬传统文化	99

关于本报告

报告简介

本报告是微博（以下简称“公司”或“我们”）发布的第四份环境、社会及公司治理报告（以下简称“本报告”或“ESG 报告”），旨在阐述公司在环境、社会及公司治理（即 Environmental, Social and Governance，以下简称“ESG”）方面的管理举措与工作成效，集中讨论利益相关方关注事项。

报告范围

本报告主要覆盖微博于 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间（以下简称“报告期”或“本年度”）的信息和数据，部分信息超出此范围将另行说明。本报告内容涵盖微博及其子公司。公司业务详情请参阅 2024 年年度报告。

报告编制依据

本报告参考了香港联合交易所（以下简称“联交所”）《环境、社会及管治报告守则》、纳斯达克证券交易所发布的《ESG 报告指引 2.0》、全球可持续发展标准委员会发布的《GRI 可持续发展报告标准》的相关要求，同时借鉴了全球领先评级机构 MSCI（明晟指数）ESG 评级、S&P DJSI（标普道琼斯可持续发展指数）关注的议题编写而成。

报告兼顾重要性、量化、平衡、一致性的汇报原则。

资料来源及可靠性保证

本报告披露的信息和数据来源于本公司的统计报告和正式文件。本报告涉及的货币金额除总收入及经营性利润以美元作为计量币种之外，其余均以人民币作为计量币种。

在 2014 年 4 月微博首次公开募股之前，微博的财务、人力资源、法律、销售和市场营销等服务一直由新浪提供，许多高管和员工也来自新浪公司，故在微博独立成为上市公司之后，公司遵循的一些内部政策和标准仍然以“新浪”命名。

确认及批准

本报告经管理层确认后，于 2025 年 4 月获董事会审批通过。

联系我们

如您对本公司环境、社会及公司治理方面的工作有任何意见或建议，欢迎通过以下方式与我们取得联系。

✉ 邮箱：ir@staff.weibo.com

☎ 电话：+86 10 5898-3336

🌐 获取更多相关信息，请浏览网站：
<https://zh.ir.weibo.com/zh-hans#/>

管理层致辞

十年荏苒，数智共生。微博见证了数字社会的信息跃迁与用户需求的持续升级。我们深知，践行创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，对于每一个组织、机构和企业来说是义不容辞的责任，更是发展的契机所在。作为中国领先的社交媒体平台之一，微博始终坚守“服务用户，创造社会价值”的初心，在信息洪流中砥砺前行，以创新为桨，破浪而行，稳步迈向新的征程。我们持续打磨平台功能，优化用户体验，为平台用户、内容创作者、广告和营销客户以及各个利益相关方创造更多价值，同时在可持续发展的各个领域持续发力，携手各方在数字时代的浪潮中共同成长，共创美好未来。

绿色发展担使命，低碳实践创未来。微博坚定践行低碳发展之路，建立系统化的环境管理体系和绿色运营机制，探寻数据中心节能降耗新路径，全面贯彻绿色发展理念。在这一年，我们积极响应国家“东数西算”战略，在张家口等地建设新型智算数据中心，采用蒸发冷却、直流供电等先进节能技术，降低能源消耗，数据中心的 PUE 值不断优化，可再生能源使用比例显著提升。2024 年，

微博范围三温室气体排放量较 2023 年降低 10%，超额达成减排目标，为应对气候变化贡献力量。

科技创新赋能量，智慧发展谱新篇。在当今数字化浪潮席卷全球的时代，科技创新已成为推动社会进步的核心力量。微博紧跟时代潮流，聚焦人工智能的应用领域，持续投入研发资源，推动技术创新与产品升级。在这一年，我们成功自主研发“知微”大模型并顺利通过备案，为内容生态注入智能化动力。同时，微博推出智搜、智能助手和创新广告系统等前沿功能，优化用户体验，提升内容传播效率。我们深知技术的使命在于服务用户、创造价值。因此，微博始终坚持以用户为中心，关注用户需求，致力于为用户提供丰富多元、积极正向的内容体验。通过技术创新，微博不仅让用户能够更便捷地获取信息，助力用户在信息海洋中“看见”更多可能性，与世界共同前行。

员工关怀促成长，多元发展助未来。作为员工成长的助力者，微博致力于打造多元共融的工作环境，助力员工全面发展。在这一年，公司持续优化员工培训体系以及领导力项目，覆盖管理与专业双

通道，助力员工职业突破。同时，微博为员工提供丰富的福利支持，包括健康关怀、心理辅导、节日庆祝等，提升员工幸福感。此外，公司积极倡导多元平等的企业文化，女性员工占比持续提升，并通过“她力量”分享会等活动，激励女性员工发挥更大价值，为企业发展注入多元活力。

社会公益传温暖，公益行动促和谐。作为社会责任的践行者，微博积极投身公益事业，以实际行动彰显企业担当。截至 2024 年末，我们的微公益平台上线超过 24,000 个公益项目，吸引超过 5,100 万次网友捐赠，筹集超过 7.6 亿元慈善捐款。我们发起“人人公益节”，联合明星、大 V 及公益机构，推动公益项目落地，助力应急救援、乡村振兴和传统文化弘扬。

精益治理筑根基，规范运营促长远。微博不断优化 ESG 治理架构，通过持续优化“治理层 - 管理层 - 执行层”三级治理机制、强化风险防控与合规管理、引入更科学的决策流程等系列行动，充分保障公司稳健运营与高质量发展。我们坚持“全供应链绿色低碳”原则，优化供应链管理，推动供应商

可持续发展，为构建绿色供应链奠定了基础。此外，微博从管理流程、技术监测、合规审计“三道防线”建设降低用户隐私风险，完善信息安全管理体系，提升数据安全防护能力，为用户提供更加安全的平台体验。

行而不辍，未来可期，我们认为 ESG 正从价值理念演变为企业可持续发展的核心竞争力。展望未来，微博将继续秉持“以微博之力，让世界更美”的美好愿景，持续完善 ESG 管理体系，提升 ESG 治理水平，与社会各界携手共进，共同推动全球 ESG 事业的发展，构建人类可持续的美好未来。我们相信，通过不懈努力，微博将在 ESG 的道路上行稳致远，为创造更加美好的未来贡献更多力量。

—— 董事长

曹国伟

走进微博

公司概况

微博（纳斯达克代码：WB；香港联交所代码：9898）是中国领先的社交媒体平台，致力于为用户提供创作、发现和传播内容的广阔空间。作为中国社交媒体行业的开拓者和领导者，微博自2009年推出以来，一直致力于帮助用户实现更快捷、更轻松、更丰富的社交互动，并与世界保持连接。

微博改变了人们在公共互联网空间表达自己和与他人互动的方式，对中国产生了深远的社会影响。微博服务于广泛的用户群体，包括普通人、名人、明星、关键意见领袖（KOL）等公众人物或影响力人物，以及媒体机构、企业、政府机构、公益机构等组织。为了满足用户、广告及营销客户以及平台合作伙伴的各类需求，微博推出了一系列多元的产品和服务，并在中国和全球 190 多个国家的华语社区积累了庞大的用户群。

¹ Z 世代用户：1990 年及之后出生的用户。该占比基于数据分析所得结果。

业绩指标

用户

2024 年 12 月

月活跃用户数量 (MAUs)

5.9 亿

平均日活跃用户数量 (Average DAUs)

2.6 亿

内容 & 社区

截至 2024 年 12 月

社区内容覆盖

39 个领域

主要包括文娱、体育、游戏、数码、汽车等

月活跃用户中 Z 世代用户¹ 占比达

80% 以上

财务（美元）

2024 年

总收入

17.5 亿

经营利润

4.9 亿

经营利润率

28%

价值主张

微博是中国领先的社交媒体平台。基于公开、实时、传播、综合及社交的五大核心属性，微博为人们提供了一种有效的方式来发现世界上正在发生的事情，并参与公共社交对话。我们的使命是使人们发现更广阔的世界，让世界听到你的心声。我们致力于为平台用户、内容创作者以及广告和营销客户提供独特的价值。

用户

- 为用户提供实时表达和分享的平台
- 帮助用户发现多元化的观点，了解最新的热点事件

内容创作者

- 帮助平台上的内容创作者与粉丝互动，积累社交资产
- 通过多元化渠道为内容创作者创造变现机会

客户

- 基于社交兴趣图谱推荐引擎，帮助客户触达目标人群
- 提供全方位社交广告解决方案，实现“裂变式”传播，满足客户多元化的营销需求

2024 年亮点绩效

精益治理

ESG 管理架构

在董事会下设 ESG 委员会

员工反贪腐培训

覆盖率

100%

考核全员通过率

95% 以上

供应商廉洁管理

《廉洁协议》签署率

100%

责任平台

信息安全治理架构

设有信息安全治理委员会

员工信息安全全员培训

覆盖

5,193 人次

考核完成率 97%

供应商、承包商信息安全培训

人均培训时长

1.5 小时

已实现主要供应商、承

包商全覆盖

安全审计及认证

已备案的 5 个信息系统通过国家网络安全等级保护（三级）复测，3 个新系统通过三级备案

知识产权保护

2024 年获得专利授权 累计获得专利授权 累计注册商标数

40 件

352 件

820 余项

优质体验

内容多元化

垂直领域 39 个，涵盖文娱、体育、游戏、数码、汽车等

微博辟谣

有效处理不实信息近

14 万条

AI 赋能

微博自主研发的“知微”大模型成功通过备案

AI 技术应用于搜索、互动和内容总结等多个领域

创作者赋能

投入超过 1 亿元人民币的曝光资源，支持音频创作者发展

服务品质

用户投诉处理率

100%

人才聚力

员工培训

受训覆盖率

100%

人均受训时长

28 小时 / 人

员工敬业度调研结果

84%

女性员工占比

53%

女性员工在 STEM²
相关职位占比

47%

女性员工在创收业务
管理职位占比

58%

获得多项优秀雇主奖项
开展多元化政策培训

绿色发展

范围三温室气体排放量
较 2023 年降低超

10%

超额达成水资源节约
目标，节超率达

9%

京津冀数据中心设计 PUE 为

1.2

其中绿电比例为

50%

分布式光伏发电

装机容量

598 千瓦

年光伏用电量为

426 兆瓦时

获得绿色建筑认证证书

运营阶段 LEED 铂金级证书

社会价值

微公益平台³

累计支持项目数量

2.4 万+

累计筹款总额

7.6 亿+

应急救援⁴

开展项目数量

74 个

筹款总额近

186 万元

捐赠人次

10 万+

乡村振兴⁴

话题发起数量

1,000+

累计阅读量

200 亿+

讨论量

500 万+

² STEM 是指科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）、数学（Mathematics）。

³ 该数据为截至 2024 年末数据。

⁴ 该数据统计时间为 2024 年全年。

01

精益治理

微博坚信，良好的公司治理是可持续发展的基础力量。我们持续优化治理体系，提高风险管控力度，恪守商业行为道德，打造责任供应链，多措并举，确保公司高质量、可持续发展。



1.1 ESG 治理

微博持续完善 ESG 治理体系，坚持将 ESG 理念融入公司日常运营、管理与业务实践中，并高度关注利益相关方声音，不断提升公司 ESG 表现。

1.1.1 ESG 治理架构

微博不断完善以“治理层 - 管理层 - 执行层”构成的三级 ESG 治理架构，明确监督与汇报机制⁵，确保 ESG 工作的有序推进与高效实施。本报告全面披露了微博 2024 年 ESG 领域的进展与成果，并于 2025 年 4 月经由董事会审议通过。



⁵ ESG 工作组就 ESG 任务实施情况定期向 ESG 委员汇报，ESG 委员会对 ESG 工作组进行指导和监督，董事会做最终的审批与决策。

1.1.2 利益相关方沟通

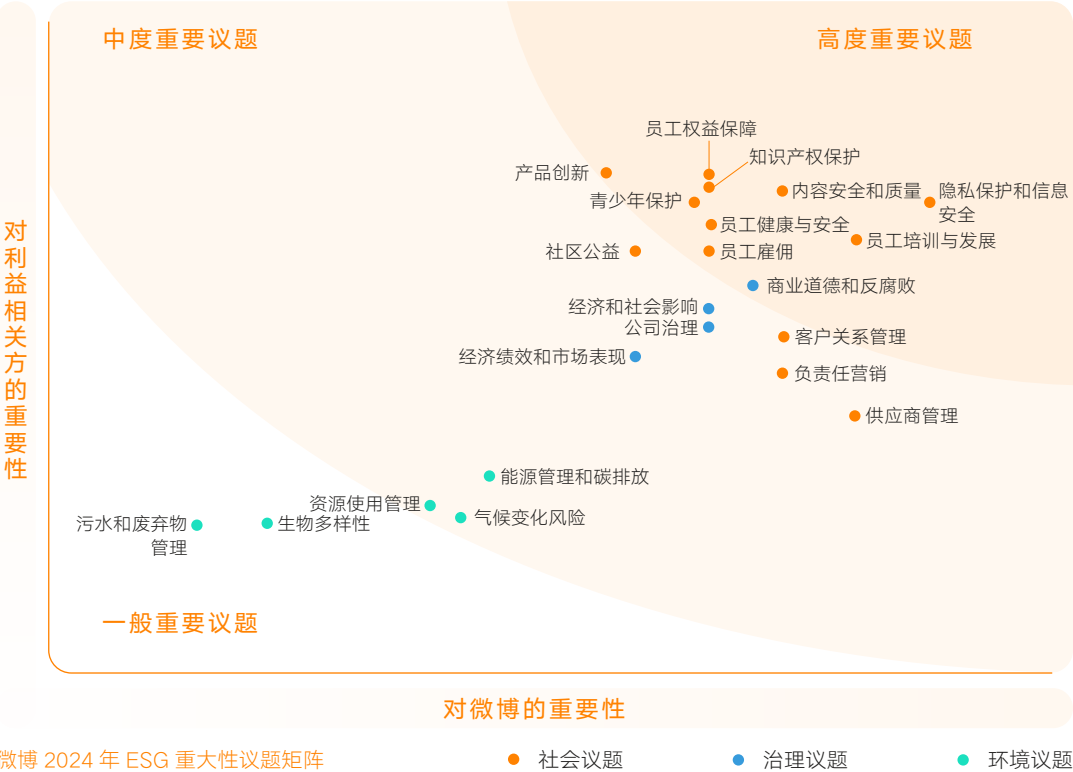
微博主动聆听内外部利益相关方声音，保持与各利益相关方长效沟通，并通过获取其需求与反馈来及时调整公司 ESG 发展规划，确保公司 ESG 工作在符合外部监管要求的同时满足各利益相关方的期待。

利益相关方	期待与诉求	主要沟通渠道	主要回应
股东 / 投资者 	- 持续稳健经营 - 稳定的投资回报 - 公司治理 - 合规运营 - 风险管理	- 股东大会 - 定期报告和公告 - 投资者会议 - 投资者邮件沟通	- 稳健经营 - 信息公开 - 加强内容管理 - 保障隐私与数据安全
政府 / 监管机构 	- 合规运营 - 内容安全和质量 - 数据隐私和保护 - 平台助力社会问题改善	- 政策指示 - 工作汇报 - 日常沟通 - 监督检查 - 项目合作 - 信息披露	- 依法合规经营 - 加强内容管理 - 保障隐私与数据安全 - 建立与完善反腐败治理体系 - 平台助力政府对社会问题的关注和解决
员工 	- 员工雇佣 - 员工权益保障 - 员工培训与发展 - 员工健康与安全	- 全员会议 - 满意度调查 - 关怀活动 - 培训活动	- 保障员工合法权益 - 富有竞争力的薪酬体系 - 提供多元化培训项目 - 实现共同成长
用户 	- 用户体验 - 隐私保护和信息安全 - 内容安全和质量 - 知识产权保护 - 青少年保护 - 负责任营销	- 客服中心 - 产品调研反馈 - 开展用户互动活动 - 产品负反馈机制 - 社区服务满意度评价	- 加强用户信息保护 - 加强内容管理 - 鼓励用户创造优秀内容 - 践行负责任营销

利益相关方		期待与诉求	主要沟通渠道	主要回应
合作伙伴		• 客户关系管理 • 知识产权保护 • 产品创新 • 合作发展 • 低碳运营	• 业务合作 • 技术交流 • 项目合作 • 成果分享	• 加强技术交流 • 打造负责任产业链 • 推动可持续的业务合作 • 应用节能技术 • 开发绿色产品 • 培养环保低碳意识
供应商		• 供应商管理 • 互利共赢 • 供应商赋能 • 反腐败	• 现场调研 • 供应商会议与审核 • 供应商合同与协议 • 其他供应商交流活动	• 推动供应商可持续发展能力建设 • 加强供应链负责任采购
媒体		• 信息公开透明 • 多元合作开展 • 企业社会责任和影响	• 媒体交流会 • 媒体访问 • 社交媒体互动	• 信息公开 • 积极开展合作 • 助力媒体提升内容的传播力和影响力
非政府组织		• 经济和社会影响 • 合作发展 • 社区公益	• 线上、线下合作项目 • 成果分享 • 与多家公益机构建立战略合作关系	• 发挥公众平台作用，帮助推广社会公益活动 • 积极助力社会公益传播
社区和公众		• 经济和社会影响 • 社区公益 • 气候变化 • 能源管理和碳排放 • 生物多样性	• 社会捐赠 • 提供就业机会 • 公益志愿活动	• 以专业优势解决社会问题 • 开展志愿活动

1.1.3 重大性议题判定

微博基于监管要求及资本市场评级指数关注，并结合最新行业动态，对 2023 年重大性议题及重要性程度进行优化与调整，绘制出本年度重大议题矩阵。针对识别出的高度重要性议题，公司从战略的高度出发，聚焦核心风险与机遇，将其作为 ESG 工作的重点，协同各部门落实工作目标，优化资源配置，将可持续发展理念与公司发展战略与经营决策相融合，推动公司可持续发展进程。



重要性	重大性议题	范畴
高度重要性议题	隐私保护和信息安全	社会
	员工培训与发展	社会
	内容安全和质量	社会
	员工权益保障	社会
	知识产权保护	社会
	员工健康与安全	社会
	员工雇佣	社会
	产品创新	社会
	青少年保护	社会
	商业道德和反腐败	公司治理
	供应商管理	社会
	客户关系管理	社会
	负责任营销	社会
	经济和社会影响	公司治理
	公司治理	公司治理
中度重要性议题	社区公益	社会
	经济绩效和市场表现	公司治理
	能源管理和碳排放	环境
	资源使用管理	环境
	气候变化风险	环境
一般重要性议题	生物多样性	环境
	污水和废弃物管理	环境

1.2 公司治理

合规运营与精益治理是推动企业稳健前行的关键。微博建立专业且多元的董事会架构，积极营造健康的商业氛围，全面提升风险应对能力，打造可持续供应链，通过全方位、多维度的严格管控，护卫公司持续运营与健康发展。

1.2.1 董事会结构

微博遵循《美国证券法》《纳斯达克股票市场交易规则》《香港联合交易所有限公司证券上市规则》等上市地及运营所在地的法律法规要求，构建权责清晰、运行合理的治理架构，持续夯实企业治理体系。董事会作为公司战略与管理的最高决策机构，负责整体战略规划、内部监控及风险管理，并始终保持高度的独立性和专业性。董事会下设审计委员会、薪酬委员会和 ESG 委员会，各委员会按照委员会章程履行职责，保障公司各方向决策的科学性和合理性。



微博重视董事会独立性、有效性及多元化，吸纳不同背景与专业的精英人士加入，实现多角度视野治理，促进创新思维，提高董事会决策水平。董事会成员的平均任期为 8.28 年⁶。报告期内，公司共召开股东大会 1 次，董事会议 4 次，董事出席率达 100%，通过书面决议 4 份。在每年的股东大会上，当时在任董事的三分之一应轮值退任，并有资格参与重选。

董事会独立性

- 董事会共有七名董事，其中三名独立董事，占比 43%，独立董事均与控股股东及利益相关方无利益关联且独立于管理层；
- 独立董事在公司战略、风险防控以及利益冲突等事宜上，可提供独立意见及判断，享有完整、平等、独立的投票表决权；
- 各委员会成员的任职与履职均符合独立性要求，确保董事会决议的独立性和客观性。

董事会多元化

- 董事会共有七名董事，其中一名为女性董事，占比 14%；
- 在选拔董事会成员时，微博全面考量董事的职业背景、专业技能、行业经验、性别及利益关联等因素，确保董事会成员的多样性和专业性。

职位	姓名	性别	专业能力		
			行业经验	风险管理	财务经验
董事长	曹国伟	男	✓	✓	✓
董事	杜红	女	✓	✓	
董事	刘博	男	✓		
董事 / 首席执行官	王高飞	男	✓	✓	
独立董事	陈丕宏	男	✓	✓	✓
独立董事	卢伯卿	男	✓	✓	✓
独立董事	汪延	男	✓	✓	

职位	姓名	专门委员会类型		
		审计委员会	薪酬委员会	ESG 委员会
独立董事	陈丕宏	✓	✓	
独立董事	卢伯卿	✓		
独立董事	汪延		✓	✓
董事	杜红			✓

⁶ 在本年度，根据 DJSI 的方法论指引，公司调整了任期计算方法，从董事会成员任期开始的第一天起至当前日期为止的累计年度来计算其任职时间。公司始终严格遵守联交所的上市披露规定，每年均会依照规定进行选举，并且在公司章程中进行相应的披露，确保合规。

1.2.2 风险管理

微博视风险管理为保障业务连续性和实现企业长期稳健发展的关键手段，建立健全的风险管理体系，全面识别风险点、评估风险程度并及时采取应对措施，为企业的持续健康发展提供坚实保障。

风险治理架构

微博已建立完善的风险治理体系，由各业务部门和职能部门进行业务风险点的识别和应对措施的制定。内审部门在此基础上收集重要风险事项，通过专项审计评估风险识别和应对的合理性，并以每年至少一次的频率向审计委员会汇报重大风险评估和应对结果。审计委员会受董事会委托，评估公司可接受的风险水平，提示重大风险方向，指导管理层实施有效风险管理。

风险识别、评估与应对

公司将风险识别与评估融入日常运营中，对各业务部门识别到的风险问题进行分析并汇报，每季度召开审计委员会会议，听取独立董事对重大风险领域的评估，并据此加强日常运营中的风险关注。此外，公司每年开展风险敞口的审查和评估工作，确保风险在萌芽阶段能被及时察觉并采取应对措施。

针对识别到的重大风险，微博积极制定与开展风险应对计划和行动。截至报告期末，我们识别的主要风险与应对措施如下：

风险类型	风险应对措施
财务报告风险管理	- 制定财务报告风险管理政策； - 对财务员工定期进行培训，保障政策顺利执行。
内部监控风险管理	- 合规部、内审部与法律、财务及业务部门合作，共同进行风险评估并合作提出风险管理战略建议； - 在提高业务流程效率的同时，监察内部监控的有效性是整个公司的风险意识； - 设立投资和收购内部审查制度，并成立专门的工作组，监督、协助审查和评估微博及微博子公司的投资和收购申请，保障企业投资合规。
信息安全与隐私风险管理	建立完善的信息安全管理体系与个人信息全生命周期保障机制，通过安全技术、安全培训、定期的内外部安全审计等工作提升安全工作水平。 具体措施参见 2.1 信息安全 & 2.2 隐私保护章节。
在传统风险识别的基础上，公司还增加了对新型风险的识别与评估，并制定相应的行动计划，以降低新兴风险对公司业务造成的影响。	
人力资源风险管理	确保平等雇佣，维护员工权益，重视人才发展与留用，打造多元包容的职场环境。 具体措施参见 4 人才聚力章节。
气候变化风险管理	按照 TCFD 框架开展气候风险识别工作，从数据中心、办公、采购等方面积极推进节能降碳工作，有效应对气候风险。 具体措施参见 5.1 应对气候变化章节。

风险文化

微博鼓励员工发现风险并及时报告，强化员工风险管理意识。公司定期组织风险管理培训，提升员工对企业风险警觉性和责任感，并将风险理念融入公司各业务环节，提升风险识别的辐射维度，实现全面且深入的风险管理。

1.2.3 商业道德

微博始终恪守商业道德，对任何形式的贪污受贿及其他违反商业准则的行为秉持“零容忍”态度，携手商业伙伴共创公平、公正、诚信、互信且阳光透明的商业生态。

商业道德治理架构

微博遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，本着“预防为主，惩处为辅”的反舞弊总体思路，严格按照《中华人民共和国反不正当竞争法》《联合国反腐败公约》《反贿赂商业原则》等法律法规及国际倡议要求，修订完善《员工职业守则》《反舞弊宣传讲义》等公开的反贿赂和反腐败制度文件，覆盖所有员工，包括正式员工、兼职员工、外包员工、实习生，严格规范公司各业务活动中的商业行为。

公司搭建自上而下、权责分明的商业道德治理架构，由审计委员会、反欺诈与舞弊委员会和合规监察部组成，共同维护企业诚信与合规运营。本报告期内，微博未发生贪污腐败诉讼案件。



商业道德监察

为确保商业道德在全业务线范围内遵守，公司开展了一系列监察举措：

- 将廉洁协议纳入劳动合同并覆盖公司所有员工

2024 年廉洁协议签订率

100%

- 2024 年，基于既往舞弊案件的查处情况及经验，对高风险领域的采购报销业务进行不间断日常巡查及整改监督。
- 持续推进商业道德风险的识别及监督审计工作。2024 年度内审部根据重点关注的风险领域，拟定包括明确的经营目标、合理的业务流程、高效的预算使用以及有效的系统控制四个维度的商业道德审计标准，在此基础上结合业务特征，考虑可能的舞弊风险，完成微博会员业务专项、CRM 合同大事件标签审计等 10 项专项审计，并计划三年内达到业务线 100% 覆盖，之后每三年内完成一次全业务线专项审计，确保实现全方位、高频率的审计监察。

举报机制及举报人保护

微博制定《投诉举报流程》《举报调查及处理程序》《员工举报违法行为反报复条例》等制度文件，保障举报流程公开、透明，举报渠道明晰、畅通，举报过程安全、有效。公司支持匿名举报，保护举报人权益，承诺举报信息和记录严格保密，严惩歧视或打击报复行为，并对挽回重大经济损失的举报人给予适当奖励。

2024 年，为拓宽员工对举报渠道的认知并提高举报便捷性，公司在“钉钉”平台的智能助手“OA 助理小信”中，创新性地嵌入了反舞弊举报智能咨询服务，方便员工获取舞弊举报相关的规定及途径。



OA 助理小信反贪腐、反舞弊举报 AI 问答



反腐举报公示

廉洁文化建设

微博注重廉洁文化建设，通过日常防舞弊风险宣贯、加强公司廉洁教育培训及强化行业交流与合作等，营造公平、透明、诚信的商业氛围，促进公司的健康发展，维护市场的良性竞争。报告期内，共开展反贪腐培训课程 9 个，覆盖董事会层级、普通员工均 100% 参与。

节假日 防舞弊宣贯	节假日通过各种形式向员工强调防范舞弊风险，持续强化员工廉洁自律的价值观。
开展 廉洁培训	面向全体员工，公司定期组织职业道德培训，采用“线上融合线下”的多元化培训方式开展年度职业道德培训，并配套严格的考核体系，深化员工的“廉洁诚信”合规意识。本年度，公司开展商业道德培训共计 10 场⁷，培训覆盖率达 100%，考核全员通过率达到 95% 以上。
“管理承诺书” 签订	对于管理层，公司实行每季度签署“管理承诺书”的制度，确保其承诺遵守商业道德规范。
承担行业 反腐职责	- 作为反腐败组织“阳光诚信联盟”常务理事单位。 - 作为北京市公安局海淀分局经济犯罪侦查支队（海淀经侦）试点合作单位。
参与行业 反腐交流	- 参加工信部信通院“互联网行业商业道德管理平台工作启动会”。 - 参加公安部“互联网反腐调研会议”。 - 参加中央网信办“企业内部反腐败治理会议”。

⁷ 本年度开展 10 场反贪腐培训课程，其中年度职业道德培训 1 场、新员工入职职业道德培训（参训人数 26 人）1 场、反舞弊课堂 1 场、中秋廉洁提示 1 次、“民营企业职务犯罪案例分享及预防建议”专题培训 1 场、利益冲突管理人力资源执行细则培训 1 场、年度供应商反贪腐培训 1 场以及天津、郑州及杭州反舞弊专场培训各 1 场。

共筑廉洁环境

微博将商业道德要求渗透至业务上下游合作伙伴，与供应商共筑廉洁环境，推动产业链共赢。

供应商廉洁合作生态建设

- 我们要求所有（国内）供应商均需签署廉洁协议

2024 年签署率

100%

- 公司对全部供应商采取常态化监控，每月排查不合格供应商，一旦发现供应商涉及舞弊行为或利益冲突情形，及时清理。
- 2024 年，公司依据行业供应商黑名单对现有供应商进行了一次全面筛查，如检查到被列入黑名单的供应商与公司存在业务合作，则进一步排查相关舞弊风险。

- 2024 年 11 月，公司筛选 21 家重点供应商，对供应商开展了廉洁培训，培训过程中强调了双方在学习过程中应遵守的廉洁规范与要求；同时，公布了舞弊行为的举报方式和渠道，为构建更加公平、透明、廉洁的合作关系奠定了坚实的基础。

公司对

21 家

供应商开展了廉洁培训

⁸ 引进来，即合规监察部在开展自主培训的基础上，邀请在反贪腐、预防职务犯罪等方面具有专业知识和经验的外部机构或政府部门，以新颖的角度为公司员工提供培训讲座，提高员工的反腐意识。



“预防职务犯罪”专题培训

2024 年 5 月，微博特邀北京市海淀区人民检察院部门主任来公司进行“预防职务犯罪”培训，共计 100 余名管理层及关键岗位员工于线下参与了此次培训，同时线上直播覆盖全体员工。此次大规模的反舞弊宣传教育活动，开创了“引进来⁸”的新模式。以此为契机，公司与海淀检察院二部建立了合作机制，强化“检企合作”，以法治力量推动企业稳健发展。



“预防职务犯罪”专题培训现场



1.2.4 供应链管理

微博严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国招标投标法》等相关法律法规，更新修订《新浪集团供应商管理规则》《年度供应商的引入计划及流程》等制度，并出台《采购部项目招标管理细则》等一系列内部指导性文件，进一步细化采购要求，提升供应商审核标准，为实现公正、透明、廉洁的合作关系提供了坚实保障。2024 年，为确保筛选到最合适的供应商，公司对供应商采购流程进行了优化，从原先的最低价比价方式转变为依据费用区间实施差异化采购策略。



供应商全生命周期管理



⁹ 主要为大型设备。

可持续供应链

微博关注供应商在用工情况、环境保护、安全生产和可持续发展相关的表现，通过将可持续发展相关要求纳入采购评分、签订廉洁协议等措施，保障入围供应商的可持续发展。我们坚持“全供应链绿色低碳”原则，同等条件下优先选用资源利用率高、能耗低且环保的供应商，推动全供应链绿色发展。

此外，为强化供应商的商业道德准则，要求所有供应商在询价、招标及合同签订环节均需签署《廉洁合作协议》，保证供应商采购过程公正、廉洁。

环境

- 要求供应商遵循低碳、环保的生产方式，减少温室气体排放和资源消耗。
- 鼓励供应商建立环境管理体系，实施绿色运营策略。

社会

- 要求供应商遵守劳动法规，保障员工权益，提供安全、健康的工作环境。
- 鼓励供应商积极参与社会公益活动，承担社会责任。

公司治理

- 要求供应商建立完善的公司治理结构，确保决策透明、公正。
- 鼓励供应商加强内部控制和风险管理，提升公司治理水平。
- 要求供应商遵循商业道德和诚信经营原则，与微博共同维护良好的商业生态。

供应商 ESG 管理



02

责任平台

微博深知安全是平台运营的底线，筑牢可信、可控的责任平台是公司保障业务安全、稳定运行的关键，是赢得用户信任与长久发展的基石。微博建立完善的信息安全管理体系，不断强化隐私保护建设与技术看持，全力保障网络安全与用户隐私。



2.1 信息安全

微博通过建立强有力的信息安全管理体制，设立健全的信息安全防控流程，并采取意识提升及技术保护等措施，防范数据安全风险。

2.1.1 安全管理体系

微博严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《互联网安全保护技术措施规定》等相关法律法规及行业标准，从信息安全制度、管理架构、安全审计与认证方面建立完善的信息安全管理体系，保障公司业务稳定运行。

信息安全管理体制

微博根据法律法规要求并结合自身运营情况，建立完善的信息安全管理制度体系，并通过定期审查和修订相关制度以适应外部监管动态要求，从而确保各项制度的系统性、合规性及可执行性。我们在[微博隐私安全中心](#)披露相关制度说明，公司的信息安全政策覆盖所有的部门及业务线，并将部分政策范围扩大至外部供应商与承包商，以确保内外部员工尽最大可能保障平台信息安全。

方针政策

- 《信息安全管理体制方针》指导公司实现统一安全策略管理，明确信息安全目标与方向，提高整体信息安全水平

管理制度

- 《网络安全管理制度》《信息安全风险管理办法》《安全培训制度》等 12 项包含相关政策事项的内部控制文档

管理细则

- 《信息安全事件定级标准》《网络产品漏洞上报管理规定》等 13 项对相关流程与工作进行说明，并对合规要求进行详细指导的文件

操作规程

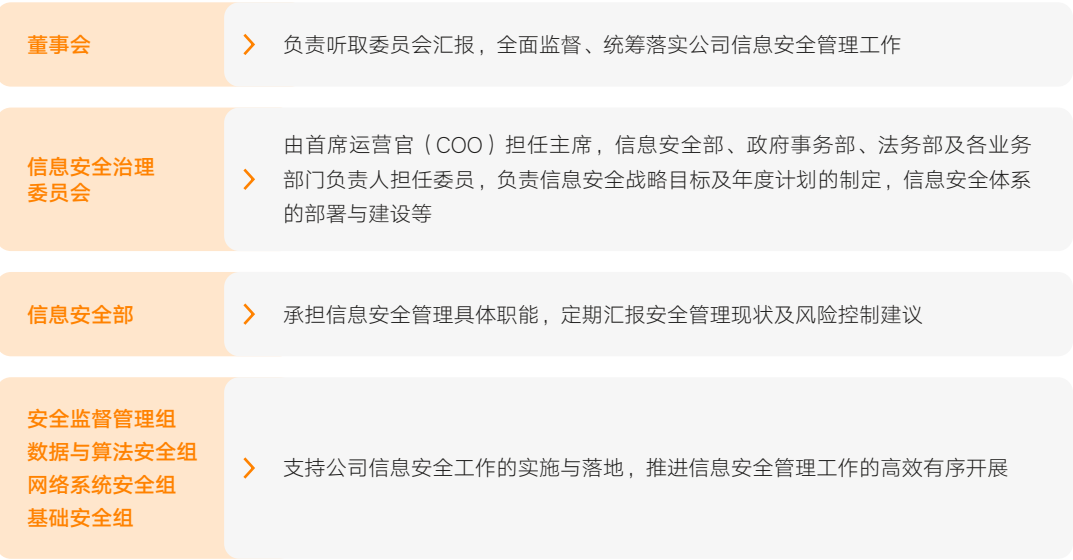
- 《信息安全手册》等 5 项针对具体工作定义相关实施措施和操作流程的文件

微博信息安全管理体制体系



信息安全治理架构

微博不断完善信息安全治理架构，自上而下建立“董事会 - 信息安全治理委员会 - 信息安全部 - 职能组”四级管理架构，在全公司层面统筹和落实信息安全各项工作要求，管理信息安全与隐私风险。



微博信息安全治理架构

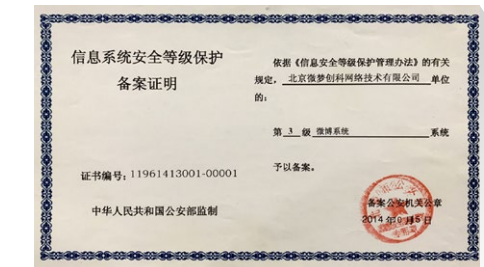
微博制定《信息安全治理委员会章程》《信息安全人员岗位职责要求》等文件，明确信息安全管理架构及具体工作职责。此外，公司定期召开委员会会议，就信息安全事项进行讨论，并听取董事会建议意见，全面保障公司网络与信息安全工作平稳运行。

信息安全审计与认证

微博通过定期的内外部审计以验证平台的安全性及系统的可靠性。2024 年，公司开展全面的信息安全内部审计，覆盖用户敏感个人信息。我们完成数据生命周期全流程各环节的安全风险排查，对业务层面用户个人信息数据及系统安全策略进行梳理，审计安全流程落地执行情况，涉及相关 7 个领域 45 个控制点。

微博每年委托外部第三方机构对公司系统开展安全外部审计，范围覆盖数据安全风险、计算机病毒和网络攻击、网络侵入风险等，进一步加强信息安全管理。2024 年，公司委托外部机构开展相关网络安全防护能力测试与检查、渗透测试等，对网络安全保护管理和技术措施落实情况进行评估。

此外，微博积极推进国家网络安全等级保护（三级）认证工作。2024 年，公司委托第三方测评机构进行年度等保复测，已备案的 5 个信息系统顺利通过复测，并对 3 个新系统进行等保定级备案并通过三级备案，在信息安全方面达到国内权威认证标准的要求。



微博信息安全等级保护备案证明¹⁰

已备案的信息系统顺利通过复测

5 ↑

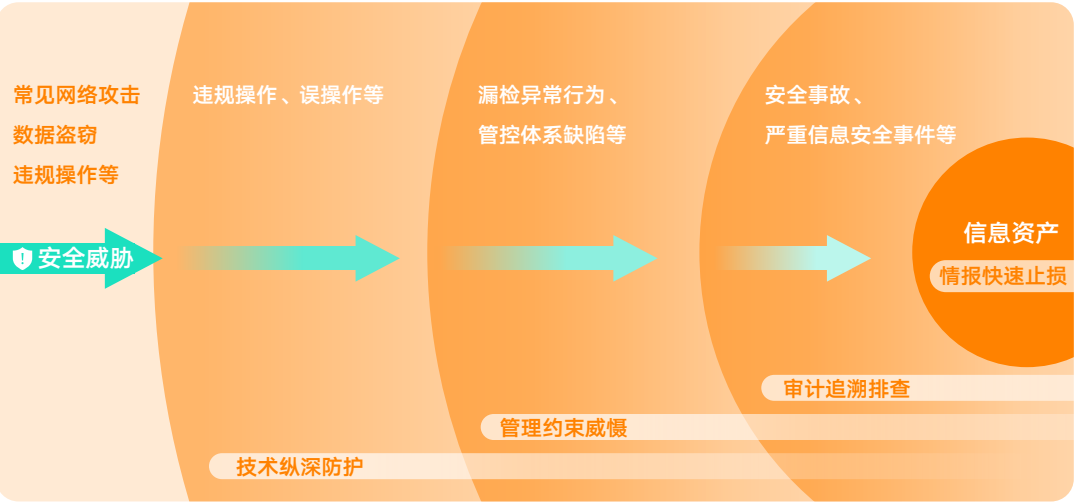
新系统通过等保三级备案

3 ↑

¹⁰ 网络安全等级保护仅会在首次认证时颁发证书，后续每年开展复测（仅出具复测报告），不会对证书做更新。

2.1.2 防范安全事故

微博建立完善的“三向四层”信息安全防控体系，采取“自上而下”的安全管控顶层设计，从管理、技术、人员三大方向，技术、管理、审计和情报四大层级共同发力，确保数据安全、个人信息和隐私保护、应用安全、基础安全四大领域专项实施和落地，最大限度降低信息安全风险。



微博“三向四层”安全防控机制

2024 年，公司积极部署安全策略，从规划、设计开发阶段争取减少安全漏洞的发生，同时采取主动与被动措施应对各项安全威胁，规避数据泄露事件发生。

主动措施

微博通过采取各项主动措施管理公司信息系统与资产安全，并不断改进相关计划，通过风险评估、技术防范和持续监控等手段，提升安全防护水平与能力。报告期内，微博未发生因安全事件导致业务服务中断的情况。

- 预防测试**
 - 按照《新浪灾难恢复程序》，每季度开展一次数据可用性测试，每半年开展一次灾难恢复测试。2024 年，公司针对核心服务资源端口开展数据恢复测试，验证相关端口数据恢复能力。
- 安全演练**
 - 多次参与网络安全能力攻防演习。2024 年，微博开展模拟黑客攻防演练，涉及与用户敏感个人信息相关的域名、第三方服务、数据库、服务器等资产，模拟黑客从应用、系统、网络等各层面对用户个人信息数据发起攻击，验证安全防护效果。
 - 微博按照《个人信息安全事件应急预案》定期开展数据安全演练。2024 年，公司开展综合实战演练，包含流程穿行、模拟黑客攻防演练、数据威胁桌面推演、数据恢复测试环节，通过模拟攻击、监控预警、日志链条还原等内容验证不同场景下安全措施的有效性、完善性。演练考察应急预案覆盖情况、安全风险发现能力、应急处置和事后溯源流程。
- 技术监控**
 - 定期对核心重要系统进行安全巡检。自主研发数据安全管理平台已实现自动化数据资产盘点及敏感数据识别，自动定位敏感数据分布情况，实现数据安全管理的自动化。
 - 开展泄露监控、数据安全风险识别及评估工作，使安全管理人员与业务方能第一时间感知数据安全风险与合规问题，并通过监控、通知、核验等机制保障问题的解决，以确保风险的解决时效性。
- 漏洞分析**
 - 24/7 不间断扫描监控，实时应对外部来源风险。我们部署威胁情报系统，监控漏洞情况，对可能存在漏洞的研发组件及时纠正和解决。
 - 不断调整安全模型，以提升漏洞的检测能力，并使用语义识别技术改善漏洞误报率；在软件开发生命周期（SDLC）体系中融入 AIGC 技术相关检测能力，确保对平台服务与客户数据进行安全保护。

微博信息安全防控主动措施

被动措施

微博持续完善《信息安全事件管理办法》，明确安全事件分级分类标准，依据安全事件导致的可用性影响与经营数据影响量化进行风险等级判定，从发现、研判、处置、报告四大阶段规范安全事件处理流程和方法。公司通过制度明确规定事件发生后各部门职责与相关处理流程，以避免相关事件再次发生。



微博建立完善的信息安全事件应急响应机制，持续修订相关应急预案，从组织、管理、技术与人员方面建立全面覆盖、监测、防控的应急体系以保障公司应急响应的准确与高效。公司采取一系列措施规避及控制各类信息安全突发事件的影响：



2.1.3 增强安全意识

微博制定覆盖所有部门、外部供应商及承包商的《安全培训制度》，对直接或间接访问公司信息资产的全职员工、兼职员工与外包员工开展相关培训，明确信息安全相关培训的场景与考核要求，全面提升公司及外部员工识别安全风险的能力。

员工培训

微博每年对全体员工开展培训，以确保员工了解公司的信息安全政策，提升安全意识。报告期内，微博信息安全全员培训覆盖 5,193 人次，培训总时长 5,451 小时，考核完成率 97%。新员工安全培训覆盖 628 人次，培训总小时数 196 小时。

报告期内

微博信息安全全员培训覆盖

5,193 人次

培训总时长

5,451 小时

考核完成率

97%



新员工安全培训覆盖

628 人次

培训总小时数

196 小时



● 全员信息安全意识培训

公司年度组织全体员工，包含兼职员工学习专项安全意识视频培训课程，发布《集团信息安全手册》，并设置配套考试，帮助员工巩固所学安全知识。



集团信息安全手册

信息安全部

微博信息安全手册

微博员工信息安全培训场景

● 新员工入职安全培训

公司针对入职新员工开展现场授课 / 小浪学堂在线必修课等形式的网络安全培训，培训内容包括相关法律法规解读、病毒预防、安全保密举措等，新员工需通过随堂小测及在线考试完成相关培训课程。



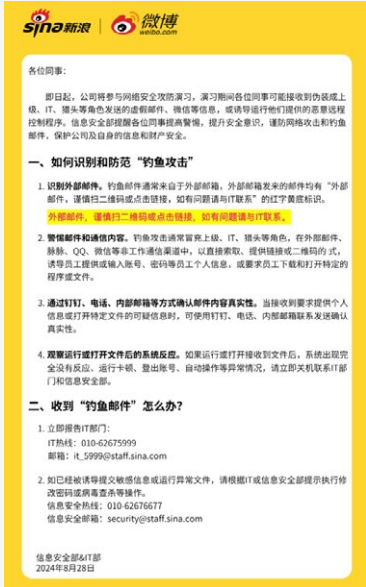
新员工信息安全意识培训在线课程

● 安全技术培训

微博定期组织公司安全团队内部开展安全技术类培训，通过典型案例介绍信息安全技术在信息安全保护中的作用，并结合实际应用，提升安全团队整体安全技能。

● 钓鱼邮件专项培训

公司通过钓鱼邮件风险意识宣贯邮件提高员工风险意识，2024 年 4,000 余人次参加公司组织的钓鱼邮件演练活动。



微博钓鱼邮件风险意识宣贯

微博实施年度强制安全培训与考核等管理机制，考核结果分值低于 80 分视为不合格需重新参加考试。此外，微博支持员工参与各类安全职业培训并考取职业资格证书。报告期内，微博多名员工通过 CISSP、CISA 等职业资格考试，参加数据安全中级评估师培训并通过考试，持续提升公司员工安全意识与水平。



承包商、供应商培训与要求

微博确保公司供应商与其他第三方公司执行微博的信息安全系列政策，公司与第三方开展合作时均签署《数据保护协议》，要求供应商进行信息安全自查，确保其数据隐私政策与相关保护活动符合公司制度规定。

2024 年，公司定期针对供应商、承包商人员开展线下安全培训，讲解常见信息安全风险，安全制度规范、流程及注意事项等，培训人员需参加信息安全相关考试，考核未通过的供应商将无法使用微博 ERP 账号功能。2024 年，微博供应商、承包商人均信息安全培训时长为 1.5 小时，已实现公司主要供应商、承包商全覆盖。

2024 年，微博供应商、承包商人均信息安全培训时长为

1.5 小时

已实现公司主要供应商、
承包商全覆盖



微博承包商、供应商信息安全培训

2.1.4 安全产品应用

微博积极发挥技术优势，在将信息安全与数据保护措施集成到产品开发的同时，不断创新安全抗灾产品，逐步迭代安全服务功能，为安全可靠的信息安全系统做出贡献。

新浪云

公司以新浪云为载体，为用户提供 DDoS 防火墙、应用防火墙服务，实现系统级别与应用级别的防护，拦截恶意攻击，防抓站、防刷单，保证正常业务请求的访问。

AIGC

微博为落实《生成式人工智能技术使用管理规范》，基于现有系统安全监测能力，制定 6 类 AIGC（生成式人工智能）技术相关监测策略，快速发现服务器主机上应用进程使用 AIGC 技术的使用情况，杜绝私搭滥用现象。

数据安全管理平台

自主研发数据安全管理平台，增加对非结构化数据资产的识别与分类分级能力。同时，整合 AI 能力上线 chatbot 功能，提示安全合规要求，增加安全保障。

AIGC 技术融入

公司将 AIGC 技术融入 App 隐私合规自动化检测与数据安全项目建设，使用 LLM 大语言模型提高数据安全系统对公司数据的检出能力，辅助系统更好地对数据进行分类分级。

2.2 隐私保护

微博尊重平台用户的个人信息自主权，建立完善的数据管控措施，并不断加强个人信息保护系统，以确保在服务生命周期安全处理用户个人数据，为用户提供更加安全的平台体验。

2.2.1 隐私保护机制

微博遵循以下个人信息保护原则保证服务稳定运行，全力降低用户隐私泄露风险。

合法正当	采用合法、正当的方式收集个人信息，遵循诚信原则
知情同意	尊重用户权益，向用户告知个人信息收集使用规则，并征得同意
最小必要	严格遵守最小必要原则，只收集提供业务功能必需的个人信息
持续保障	采取管理措施与技术手段，尽一切合理努力持续保障用户个人信息安全

微博关于个人信息保护的原则

微博遵守现行法规及政策，制定并完善《个人信息数据安全管理制度》《微博个人信息保护政策》等文件，明确公司各部门职责及数据使用审批流程，对个人信息数据生命周期各环节管理要求进行规定，切实保障隐私数据安全。

微博不断推进个人信息保护“三道防线”建设，从管理流程、技术监测、合规审计三大维度最大限度降低用户隐私泄露风险。



微博个人信息保护三道防线

管理流程

微博基于管理、技术、审计、情报四层控制内容的有机结合，完善数据管控框架，切实保障数据安全。

管理	资产盘点	分类分级	授权审批	合规纠偏	宣贯培训
技术	访问控制	加密脱敏	安全清除	数字水印	存储备份
审计	数据资产审计	违规行为审计	异常行为审计	敏感操作审阅	实时监控告警
情报	数据泄露监测	恶意工具监测	负面舆情		

微博数据安全管控框架

2024 年，微博开发隐私数据合规系统，系统打通个人信息保护影响评估流程（PIA）、公司各业务隐私政策管理等个人信息保护的流程及功能，细化了个人信息保护影响评估的字段和信息，进一步推进公司隐私保护相关工作的落实。

技术监测

微博高度重视安全技术研发，不断完善安全开发生命周期建设，将数据安全与个人信息保护措施融入服务和产品开发流程。通过制度约束、技术保障与培训宣贯三方面将安全保护措施集成到产品开发中，以反映公司安全要求。此外，微博将隐私合规问题发现和处置时点前移到需求、设计和测试环节，使用户隐私功能概念全面融入产品研发中。2024 年，公司通过不间断风险监测，及时发现并处理可能的安全风险。报告期内，微博

共完成个人信息和隐私相关的风险评估和自动化检测 560 次。

报告期内

- 完成个人信息和隐私相关的风险评估和自动化检测

560 次



微博全生命周期安全开发

合规审计

微博积极开展数据安全与隐私保护相关审计与检查，公司依据《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》等法律法规和制度标准，重点检测 App 合法合规收集使用个人信息情况。

公司对个人信息相关的系统与服务进行年度审查，通过定期审计控制相关风险。2024 年，公司开展基于风险的个人信息合规审计，审计前我们开展风险评估，对可能出现重大风险的领域、主要风险内容、风险类型与等级等进行初步判定，完成审计后，公司出具审计报告，并对审计中出现的问题进行整改与跟进。控制点设计方面，微博兼顾个人信息数据生命周期各环节及用户个人信息权益实现过程中的风险点，切实保障用户个人信息安全。



微博内部审计机制

2023 年，微博整合先进的安全审计技术能力与合规工作要求，上线微博安全智能审计平台，自动化开展线上化审计作业、客户端隐私合规审计及服务端数据安全审计，实现了审计工作的一体化、数字化、智能化。2024 年，微博安全智能审计平台的客户端隐私合规检测工具已通过移动互联网应用程序（App）用户权益保护测试。

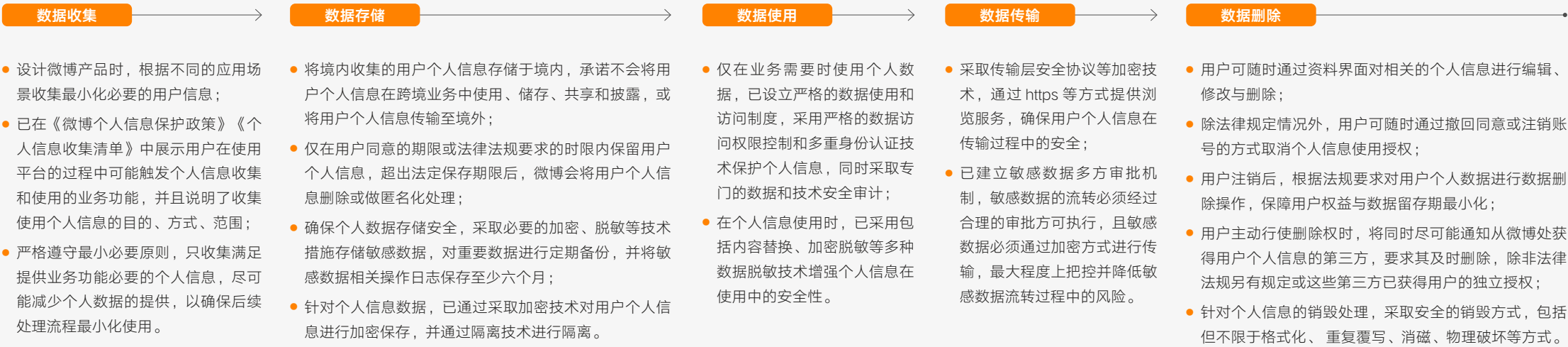
线上化审计作业	客户端隐私合规审计	服务端数据安全审计
平台可实现审计标准体系化，审计作业自动化	通过创建扫描任务、上传 App 文件隐私协议并选择服务类型，自动化出具审计报告	包含数据资产识别、分类分级管控、资产盘点等功能

2.2.2 个人信息全生命周期保护

微博海内外用户的个人信息均受《数据安全法》《个人信息保护法》《网络数据安全管理条例》等各运营所在地法律法规保护。2024 年，微博设立了安全合规专职团队和数据与算法安全专职团队，梳理法律法规要求，明确公司相关义务。此外，公司建立完善的隐私保护管理系统，以确保在个人信息使用全周期安全处理和使用用户数据。

保障个人信息自主权

微博高度重视用户的个人信息主体权利，我们通过微博隐私安全中心的[《微博个人信息保护政策》](#)明确告知用户如何行使其保护个人信息的权利，同时我们建立完善的用户权益请求响应流程，于[微博隐私功能](#)帮助用户更好管理个人信息，保障信息安全。



微博个人信息处理程序

微博高度重视用户的个人信息主体权利，建立完善的用户权利请求响应流程，全面保障用户的查阅权、知情权、访问权、更正权、删除权、拒绝权等。

第三方数据管理

公司明确不存在将个人资料出租、出售或提供给第三方用户完成交易 / 服务以外功能的情况，除非业务需要或法律规定，公司不会从第三方收集个人数据。如因必要的目的和范围¹¹内向其他机构或企业提供数据合作情况，公司将明确告知用户接收方信息并取得用户的单独同意。当接收方变更处理方式与目的时，需重新取得用户的同意。

公司制定的《微博个人信息保护政策》中涵盖《第三方合作清单》，明示微博与第三方共享的用户个人信息基本情况，包括与第三方共享的 SDK 名称、

应用场景、收集个人信息的类型、第三方 SDK 提供方等。与第三方合作商开展与数据相关的合作时，公司均与第三方签署《数据保护协议》，明确数据保护基本原则及双方的数据保护与保密义务，并特别规定合作商应达到的安全保障能力。

微博将对涉及用户个人信息的第三方合作商开展信息保护能力评估工作，包括第三方是否有个人信息保护管理机构、是否存在信息安全评估机制、是否有必要的数据加密等安全存储手段、是否具有数据备份和灾难恢复机制、是否定期

进行数据安全审计、数据访问是否进行身份鉴别、数据所在系统是否有安全边界的访问控制、是否建立有效的数据保护制度体系、是否具备个人信息保护响应能力等。

¹¹ 其主要场景包括实现微博的服务及功能的信息共享，帮助用户参加营销推广活动的信息共享，实现广告相关的信息共享及实现安全与分析统计的信息共享。



2.3 创新发展

微博坚持以科技作为核心竞争力，以创新作为发展凝聚力，聚焦于产品与技术的迭代更新，通过持续优化知识产权管理体系，为微博发展注入源源不断的活力，为用户创造更优质的体验。

2.3.1 科技研发创新

微博坚持科技是进步的驱动力，高度重视并鼓励技术创新与创造，推动科技成果转化与应用，与行业携手发展创新成果。

创新激励

微博重视创新发展，积极举办创新大赛等比赛，鼓励优秀项目深入研究与成果转化。公司鼓励重大创新的研发成果撰写论文并发表，2024 年在第 39 届人工智能年会上发表 1 篇论文¹²。此外，微博建立完善的专利申请激励措施，给予现金奖励并将申请与员工绩效评分、晋升挂钩，在公司内部形成鼓励科研的良好氛围。

- 主要专利申请部门指定专利工作对接人敦促鼓励部门内员工积极申请专利；
- 给予发明人专利奖金，专利发明人可在专利取得专利局受理通知书及取得授权后分别获得专利奖金；
- 员工职级评审中，发明人可根据拥有专利数量获得不同程度的加分；
- 定期开展专利培训，提升公司员工专利挖掘能力。

微博专利申请激励措施

¹² Feng Gao, XinZhou, YueWu, Yujian Ren, Jie Liu, Fengyang Qi, Ruochen Deng. "Both Supply and Precision: Sample Debias and Ranking Consistency Joint Learning for Large Scale Pre-ranking System." The 39th Annual AAAI Conference on Artificial Intelligence. 2025.

创新研发

微博秉持“掌握机器学习最先进、最实用的技术，重点服务公司最核心、最具有挑战性的产品，同时辐射其他业务”的理念，投身于探索、挖掘并实现具有自主知识产权的智能技术的商业价值，全力推动技术与业务的深度融合与协同发展。

内容安全

2024 年，微博利用多模态大模型的内容理解能力，实现了图文内容的端到端建模，通过结合文本和图像等多种信息，能够更全面地理解用户的查询意图，提供更加精准的搜索结果。

信息安全

构建数据安全模型与 App 安全模型，打造微博安全 AI 助手，统一对外输出入口。微博安全 AI 助手可通过问答形式，输出数据安全及 App 隐私合规知识，提示安全合规要求。

AI 模型

2024 年 7 月，微博自主研发的“知微”大模型成功通过备案，预示着微博内容生态将进一步智能化、个性化。目前，“知微”正在为微博平台内的多款 AI 产品提供核心技术支持。

邮箱智能助手

本年度公司上线新浪邮箱智能助手，全方位提升用户处理邮件的效率与质量。研发团队引入自然语言处理和机器学习技术，以用户的工作类型、邮件往来高频词汇等处理需求作为输入依据，自动完成多样化的邮件任务，帮助用户提高邮箱的使用效率。

平台研发

2024 年，微博创新研发销售陪练系统，上线学习演练和考试评估两大模块，具备自动出题、反复练习、语音答题、自动评估等功能。AI 大模型基于业务资料，自动生成相关知识点，人工校对和录入题库实现标准化流程。目前，该系统已在内部推广使用，每周人均练习题目超过 20 题。

微博 2024 年亮点创新成果

2.3.2 知识产权保护

微博重视知识产权全流程管理，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等相关法律法规，更新修订《商标管理制度》《专利管理办法》等内部文件，规范公司商标、专利、著作等知识产权申请、使用与维护，让每一项知识创新成果得到尊重与保护。



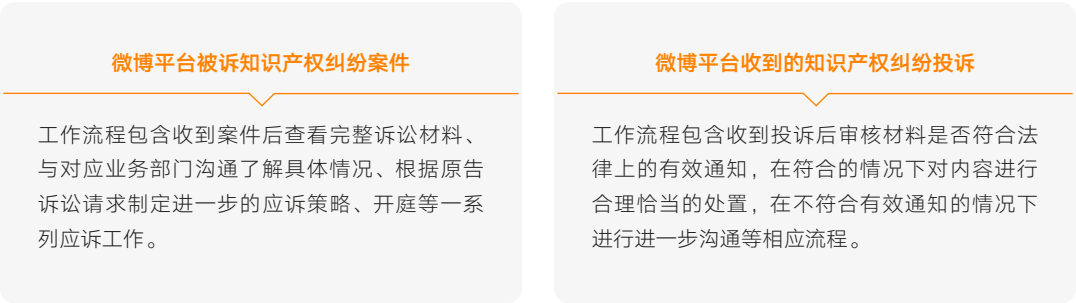
微博获得北京知名商标品牌奖项 微博商标被纳入北京重点商标保护名录

2024 年，微博获得北京商标协会颁发的“北京知名商标品牌”、2023 年度中国杰出企业知识产权管理团队奖、《法治日报》第二届企业法治建设创新成果奖，入选北京重点商标保护名录，展现公司知识产权保护工作的突出成效。



尊重知识产权成果

微博注重对商业秘密、商标、专利、著作权等知识产权开展全周期管理及保护，在保护自身知识产权利益的同时，充分尊重他人的知识产权成果。公司积极打击各类侵权行为，建立完善的知识产权纠纷处理机制。



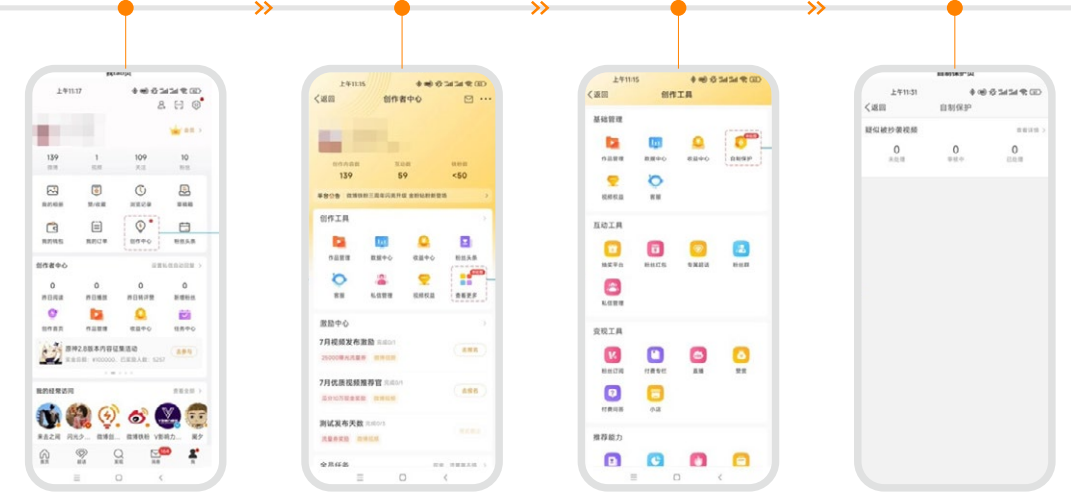
知识产权纠纷事件处理流程

此外，微博定期为各业务部门举办知识产权保护培训，依托于小浪学堂、LEB 线上互动课程、线下培训、周报资讯推送等多样化形式开设各类培训课程，公司定期推送相关资讯，帮助员工熟悉知识产权相关法律法规与要求，帮助员工建立风险意识。2024 全年相关分享、培训超过 50 期，覆盖公司全部业务部门。



原创保护

微博重视原创权益与版权保护，利用技术手段对侵权行为进行实时监控，推出视频内容原创作者的自我保护功能，对可能存在的侵权内容进行审查与处理。此外，微博设置完善的自制保护流程，针对原创作品，系统能自动识别“侵权视频”并推送创作者、站方进行多轮审核，确定侵权后替换链接。



“自制保护”入口路径

2024 年，微博积极响应中国网络视听节目服务协会发布的《微短剧版权保护倡议书》，针对涉及盗版侵权、违反公序良俗等违规微短剧持续开展专项治理工作，呼吁微博用户与平台携手尊重创作者知识产权，维护良好的行业声誉与创作环境。

微博管理员

8-14 17:15 来自 微博网页版

微博一直致力于营造和谐、健康、美好的社区氛围，鼓励用户在平台创作或分享优质、真实的内容。为给创作者提供更加健康有益的创作环境，营造健康、积极的微短剧生态，站方持续针对涉及盗版侵权、违反公序良俗等违规微短剧持续开展专项治理工作，并积极通过多方合作、联合共治，共同护航微短剧实现高质量发展。

近期，站方在专项治理工作中发现，微短剧《重返1990之首富人生》（《重返1990之霸道人生》）存在内容低俗、价值导向偏差问题，对此，站方依据《微博社区公约》等相关规定，对排查发现的发布该剧内容片段等违规内容予以清理，特此公示。

后续，站方将持续加大对“微短剧”违规现象的排查处置力度，为保护网络微短剧权利人的知识产权权益、构建良好网络微短剧内容生态而不懈努力。站方已开通盗版举报和快速处理通道，[网页链接](#)，广大用户如发现相关违规内容，可通过快速通道进行举报，我们将及时予以处置。[#微博社区公告# 收起](#)

微博版权保护倡议

2.3.3 行业共建

微博积极开展行业交流与共建活动，参与行业标准制定，在标准编制与研讨阶段贡献微博实践思路与专业意见，推动国家标准、行业标准、团体标准的编制及实践工作。此外，公司积极参加行业协会与行业交流活动，全面助力安全生态共建。

微博已加入全国信息安全标准化技术委员会 (TC260)，目前已参与三项国家标准的起草编制工作。2024 年，微博作为核心起草单位参编的系列标准《移动互联网应用程序 (App) 合规开发管理测评规范系列标准》获选 2024 年电信终端产业协会优秀项目，2024 年微博共参与信息安全与隐私保护领域编制工作行业标准 11 项，团体标准 17 项。

- 2024 年共参与信息安全与隐私保护领域编制工作行业标准

11 项

- 团体标准

17 项

行业交流

- 联合国《全球数字契约》于 2024 年 9 月正式通过，此前微博参加中国 IGF 组织的座谈会，与来访的全球数字契约共同协调员进行座谈交流，并就《全球数字契约》提出企业建议；



- 2024 年 12 月，微博代表中国参加联合国互联网治理论坛，向与会人员介绍人工智能中国治理经验。

行业协会

- 2023 年微博加入数字化治理方阵 (DGA) 在审计数字化领域的专家智库，参与决策 DGA 工作方向，牵头或参与 DGA 各项工作，包括但不限于标准体系构建、关键问题研究、研究报告、评估评测、人才培养培养等；
- 微博作为中国网络空间安全协会人工智能安全治理专委会成员，协同专委会及相关产学研用单位正式发布《生成式人工智能行业自律倡议》，从保障数据安全与隐私、促进内容生态正向建设等方面，面向行业发出倡议，推动各方形成共识，共同推动生成式人工智能行业健康发展。

校企合作

- 微博在网络与信息法年会中，基于产业发展视角，围绕网络与信息法治人才培养创新议题，提出课程设置、实践教学、交流合作相关建议；
- 2024 年，微博向中国政法大学本科生提供人工智能时代下法学生如何提升就业竞争力相关指导；
- 2024 年，微博接待网络与信息法青年研习营学员、北京大学暑训营学员，向学员提供就业指导，并邀请业务专家为学员提供实务教学。



关注弱势群体

- 2024 年，微博借助参与学术会议的机会，提倡我国在数字人权立法中务必要给予未成年人群体更多关注；
- 2024 年 9 月国家网络安全宣传周期间，微博与首都网警联合发布五期原创青少年隐私保护公益宣传短剧，通过情景剧演绎的形式，科普生活中常见的信息风险场景，帮助青少年提高隐私保护意识。

微博参与的行业协会与行业交流活动

03

优质体验

微博通过不断优化内容、广告治理和产品功能以及技术创新，关注青少年保护，提升用户体验，打造更优质的社交平台。



3.1 优质内容

微博高度重视优质内容输出，通过优化社区治理和内容多元化，关注青少年保护，保障平台环境的健康、安全及多元性。

3.1.1 内容生态治理

作为全国领先的社交媒体平台，微博始终致力于维护平台秩序和构建和谐的平台氛围，通过不断优化社区治理策略、强化内容审核机制，并积极开展专项治理工作，打造优质内容创作空间。

强化产品功能

为加强站内争议内容的正向引导，让用户进一步参与社区共治，2024 年，微博开发、优化并上线多个产品功能。



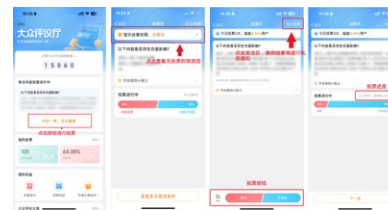
微博附注

“微博附注”功能升级后，允许资质用户补充争议性微博的信息和来源。附注内容经审核后以标签形式展示。自上线以来，辟谣和争议引导内容的生产与展示量大增，并获第六届互联网辟谣优秀作品“重大辟谣专题”奖项。2024 年，日均产出附注内容约 200 条，累计产出 72,000 余条，日均曝光量达 1,000 余万，相关话题阅读数累计约 10.7 亿，用户正中性反馈占比 98% 以上。



大众评议

将“社区委员会”升级为“大众评议”，拓宽用户参与社区共治的途径。通过该功能，符合资质的用户可对争议内容进行投票，判断其是否具有负面影响。自上线以来，# 大众评议 # 话题阅读量累计约 4,258 万，日均推送评议案例超 250 个，月均投票用户 25-30 万人，月均投票总数 400-500 万票，显著提高社区争议内容治理的效率。



大众评议

大众评议 # 话题阅读量累计约

4,258 万



完善内容审核机制

微博持续优化内容审核机制，通过利用人工智能技术，细化审核通知流程，进一步提升审核效率、准确性及用户体验。



“多模态大模型 + 人工全站巡查”的内容审核复合监测模式

微博采用“多模态大模型 + 人工全站巡查”模式，结合文本、图像、音频、视频等信息形式，高效识别违规内容，提升发现、响应和处理速度。2024 年，平台及时发现并处置有害信息，保障平台内容生态健康和用户体验。



细化审核通知流程

微博优化处罚通知私信，提供更清晰的违规原因、处置情况和处罚依据。我们会进一步给出内容发布建议，引导用户安全创作。同时，审核后的微博将通过私信通知用户审核结果和处置原因，并提供修改建议，帮助用户优化内容。

加强不实信息治理

微博不断加强不实信息治理力度，通过谣言库和话题运营，有效引导用户获取正确的信息来源。

微博在不实信息治理方面已取得显著成效，建立涵盖 5,538 类社会时事及科普谣言的谣言库，记录了谣言类型、辟谣链接、处置数据和首发账号等信息，为辟谣工作提供了坚实的数据支持。# 微博辟谣 # 平台话题总阅读量达 137 亿次，微博官方、政务、媒体账号及广大用户积极参与，共同形成强大的辟谣规模和声量。

报告期内，微博辟谣共有效处理了近 14 万条不实信息，不断完善谣言库规模和种类，谣言标签类别同比增长 28%，进一步细化谣言治理标签。同时，辟除新增谣言及引导争议事件 1,817 例，同比增长 19%。官方微博账号 @ 微博辟谣在此期间共宣推辟谣信息 6,399 条，同比增长 77%，获得了 2.5 亿的阅读量和 49 万次的互动量。此外，热搜辟谣固定位累计投放 900 余个辟谣话题词，阅读总量超 53 亿次。

报告期内

● 微博辟谣共有效处理不实信息近	● 辟除新增谣言及引导争议事件	● 热搜辟谣固定位累计投放辟谣话题词
14 万条	1,817 例	900 余个
● 谣言标签类别同比增长	● 同比增长	● 阅读总量超
28%	19%	53 亿次

建立对外公示矩阵

微博打造特色社区账号矩阵，针对不同用户群体提供辟谣内容，提升公众媒介素养，遏制谣言传播，维护网络清朗。同时，我们倾听用户声音，优化辟谣机制，以高效透明方式回应社会关切，助力和谐网络环境建设。



微博社区治理账号矩阵

**@ 微博管理员 账号**

微博社区治理官方账号，负责对社会热点舆情事件进行及时回应，公开处置违规行为。同时，发布相关公告、倡议及治理措施，促进社区健康发展。

2024 年，微博管理员账号共发布微博 260 余条，总阅读量 4.0 亿，总互动量 1,486 万。



微博管理员账号对舆情进行回应

**@ 大众评议小广播 账号**

微博大众评议官方账号，账号宣传微博大众评议的规则和政策，并组织 and 引导用户对部分存在争议的内容进行投票评议，有效调解社区矛盾。

2024 年，账号共发布微博 884 条，阅读量达到了 7,100 万，总互动量 11 万。



大众评议小广播账号入口



@ 微博社区志愿者 账号

微博社区志愿者官方账号，账号公开招募用户加入微博社区志愿者群体，通过投诉违规信息净化微博社区环境，对志愿者投诉情况进行公示。

2024 年，账号共发布微博 270 条，阅读量 550 万，总互动量 9.5 万。



微博社区志愿者 24-9-19 14:29 发布于北京 来自 微博网页版
#微博社区志愿者# 8月，#微博社区志愿者# 有效投诉处理涉黄低俗、违法有害信息210万条，其中涉黄低俗信息126万条，违法有害84万条。
微博社区志愿者目前还在招募中，欢迎符合条件的热心网友积极报名参与~
已经报名的信息还在审核中，审核结果将通过@微博管理员 私信通知，请大家耐心等待~
感谢各位微博社区志愿者对净化微博社区环境所做的努力，同时也感谢广大网友对微博社区志愿者工作的监督和支持。



志愿者投诉排名月榜



@ 围脖侠 账号

微博社区巡查、附注及用户教育官方账号，账号负责对站内热点舆情反馈进行巡查处置和回应，拍摄短视频进行用户教育，帮助用户了解社区规则。

2024 年，共发布微博 6,236 条（同比 2023 年增长 1.5 倍），阅读量 3 亿，总互动量 1,150 万。



围脖侠 2024-1-24 来自 微博视频号
#拒绝网络暴力# 坚守指尖文明，文字无声却震耳，舌头无骨却能伤人，温暖和伤害只在一念之间，别做网暴者的帮凶！愿你我都能被这个世界温柔以待~#网络安全 有你有我# #抵制网暴# @围脖侠等人的共创视频



用户教育短视频



@ 阳光信用 账号

微博阳光信用体系官方账号，账号负责开展正能量活动及宣传优秀文化，倡议用户文明友善发言，守护良好社区氛围。

2024 年，账号发布微博 1,010 条，总阅读量 1.2 亿，互动量 600 万。



阳光信用 2024-7-13 来自 微博网页版
#阳光信用# 阳光信用体系是阳光信用体系的基石，一起来关注它！
欢迎大家文明友善互动~一起了解#阳光信用# 组合拳持续更新ing，记得点击关注哟~



阳光信用体系介绍



@ 蔚蓝计划 账号

微博未成年人保护相关账号。账号负责开展 # 蔚蓝计划 # 未成年专题等活动，同时日常接受其他用户对危害未成年人内容的私信反馈并进行处置。

2024 年，账号发布微博 550 条，总阅读量 920 万，总互动量 43 万。



蔚蓝计划 2024-7-13 来自 微博网页版
#蔚蓝计划# #微博社区公告# 为营造文明、友善、和谐的网络生态环境，给未成年人打造健康、安全的网络空间，微博积极响应“清朗·2024年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，从即日起开展为期两个月专项治理，集中整治网上涉未成年人突出问题，坚决遏制侵害未成年人权益的违法行为，为未成年人的健康... 展开

清朗专项行动专题

开展专项治理

营造和谐健康的网络环境是平台健康发展的重要基石，报告期内，微博积极推进网络环境治理，开展多项专项行动。

清明 · 2024 年春节网络环境整治

- 为营造积极文明的春节网上氛围，微博积极响应中央网信办“清明 · 2024 年春节网络环境整治”专项行动要求。针对宣扬猎奇行为、散播网络戾气、炮制虚假信息等各类网络生态问题，予以清理相关违规内容和关闭账号处置。

清明 · 整治“自媒体”无底线博流量

- 微博针对“自媒体”无底线造热点蹭热点、制造以假乱真、虚实混杂的“信息陷阱”等各类突出问题开展重点治理工作，对违规账号视程度予以阶段性禁言直至关闭账号处置，并对疑似挑动对立的博文予以限制广告收益处置。

清明 · 2024 年暑期未成年人网络环境整治

- 为未成年人打造健康、安全的暑期网络空间，微博针对涉及未成年人的非法引流、接发导向不良投稿信息、人肉开盒、网络代骂、煽动对立、网络欺凌等突出问题，清理违规内容，并对违规账号视程度予以阶段性禁言直至关闭账号处置。

体育饭圈生态治理

- 2024 年，微博切实履行平台责任，对体育饭圈的恶意攻击、造谣侵权、刷量控评等行为开展专项治理，并对违规账号视程度予以阶段性禁言直至永久禁言处置。

网络暴力专项治理

- 微博持续加大对网络暴力信息的治理力度，对辱骂攻击他人、批量造梗、传播泄漏他人隐私、捏造谣言、恶意揣测等违规行为，予以禁言处置。

网络谣言专项治理

- 微博持续开展网络谣言专项治理工作，对全网流传的典型谣言予以辟除，并对违规账号视程度予以阶段性禁言直至永久禁言处置。

清明 · 同城版块信息内容问题整治

- 微博针对散播网络戾气、制造网络谣言和虚假信息、呈现色情低俗信息、为同城违法活动引流、提供网络水军服务五大类突出问题，并对违规账号视程度予以阶段性禁言直至永久禁言处置。

清明 · E 企护航

- 微博针对集中整治抹黑诋毁企业形象声誉、炮制传播虚假不实信息、敲诈勒索谋取非法利益、扰乱企业生产经营秩序等问题进行治理。对违规账号视程度予以阶段性禁言直至关闭账号处置。

微短剧治理

- 微博持续加大对“微短剧”违规现象的排查处置力度，针对微短剧中存在内容低俗、价值导向偏差问题，予以清理。

3.1.2 优质内容精选

微博相信，内容多元化和扶持优质博主是平台蓬勃发展的首要前提，通过不断丰富内容形态、拓展垂直领域、加大对优质创作者的扶持力度，全面构建一个更加繁荣和活跃的社交内容生态系统。

垂直内容生态

微博丰富内容形式，加强与垂直领域创作者合作，积极推动垂直内容生态建设，旨在为用户提供更专业、多元的内容体验，同时为创作者提供更广阔的展示平台和商业机会。微博已成功构建六大领域类别，涵盖文娱、体育、游戏、数码、汽车等 39 个垂直领域。

● 微博已成功构建六大领域类别，涵盖

39 个
垂直领域



体育



微博积极建设体育内容生态，链接明星运动员和行业专家等资源。2024 年，实现 61 位巴黎奥运冠军全入驻，体育热搜达 5,521 个，全年超 20,000 个。平台有 2 万体育优质创作者，日均流量近 6 亿，覆盖 1.2 亿体育用户。



中国体育代表团巴黎佳绩

运动



微博构建运动生态圈，核心头部红人增加 76%，吸引 50 余名海外优质创作者。2024 年，热搜增加 60%，户外运动和潮流运动内容增加 96%，相关博文超 1.1 亿。



户外红人体验蹦极

美食



微博美食生态汇聚 KOL、专家、企业家及跨界博主。每天约 30 万人分享原创美食内容，年美食热搜近 3,000 条。



微博美食品牌活动

游戏



微博游戏领域汇聚游戏官方、电竞赛事、明星选手、游戏主创、媒体和创作者，吸引超 3.2 亿 ACG 兴趣用户，全年共建超 10,000 个热搜话题，孵化超 6,000 个金橙 V 账号。《黑神话：悟空》与微博新游宣发合作，上线 24 小时内，金橙 V 账号发博量 3.5 万条，话题阅读量 47 亿，互动量 868 万，视频播放量 2.4 亿，实现当天全网出圈的效果。



微博和《黑神话：悟空》新游合作

数码



微博数码领域生态聚集了专业评测大 V、行业媒体、企业高管和数码爱好者。今年，微博数码高管如 @ 余承东、@ 雷军 等分享品牌动态，新品发布成热搜。近 100 场发布会在微博举行，数码热搜超 2,000 条，头部创作者超 3,000 人，构建起完善的内容和商业生态。



微博数码高管 Talk



旅游

微博旅游生态覆盖 6 万蓝 V 账号和 1 万旅游博主，覆盖文旅全链路。月博文量超 200 万条，阅读量超百亿次，金橙 V 博主发布量同比增长 72%，热搜超 1,600 条。



微博旅行家



美妆

美妆消费趋势显示科技护肤成主流，成分专家和护肤 KOL 影响力增强，分享内容超百万。2024 年，“早 A 晚 A”和“酸焕肤”等概念成护肤热词，科普热点同比增长 20%。真实测评和避坑内容获广泛关注，相关分享超 900 万。



护肤成分博主分享年度眼部护理干货



时尚

微博汇聚国际时尚媒体、行业从业者和创作者，引领时尚趋势。原创博文量同比增长 141%，时尚热搜增长 20%，增强品牌市场影响力。增长幅度达到了 20%。



时尚行业者在微博平台宣传



医疗

微博医疗领域以专业创作者为核心，提供科普传播、生活分享、热点解读等解决方案类内容，满足民众对科学信息的需求。头部博主规模同比增长 25%。微博与妇科、儿科等多个学科的专业行业学协会合作，举办超 50 场线上线下联动活动，带来超 30 亿阅读量。新药报道覆盖率近 70%，为专业人士和民众提供及时资讯和深入解读。



微博 2024 年医疗领域热搜词与阅读量



汽车

微博汽车领域生态系统吸引了 239 位汽车企业高管开通账号，超过 390 款重点车型通过微博进行发布。



车企在微博平台宣传

微博游戏

微博游戏已成为玩家首选的社交讨论平台，675 个游戏官微账号覆盖主流热门游戏。游戏生态覆盖了 MOBA、二次元、女性向、休闲益智、MMORPG、主机游戏六大分类，全年累积创作者 3,720 人，其中 10 万粉丝以下的创作者数量达 2,061 个，博主日均发博量同比增长 151%，游戏主榜热搜同比增长 74%，生态高速增长。2024 年，吸引被誉为游戏界奥斯卡的美国媒体 @TGA 游戏大奖 开通账号，并与微博深度合作开设玩家投票通道，颁奖盛典当天直播观看人数超 1,244 万，当月共产生 108 条热搜，相关讨论传播至海外社交媒体平台，引发中国游戏玩家与世界玩家的互动，带领中国游戏走向世界。

675[↑]

游戏官微账号覆盖主流热门游戏



2024 年，微博不断加强内容生态建设，尤其在年轻用户基础庞大的 ACG（动画、漫画、游戏）领域，不断巩固知识产权生态优势，精心打造高质量内容生态，持续吸引了超 3.2 亿用户，成功构建起积极的生态循环。

微博电竞

微博电竞作为电竞赛事讨论、选手社交、同好交流的国内第一平台，涵盖选手、战队、赛事官方、行业高管、游戏主播、解说主持、KOL、粉丝团等八大不同行业人群，累计超 5,000 个行业头部账号入驻和内容分享。平台深度合作赛事累计达到 22 个，为全平台第一。其中，国际赛事 14 个、本土赛事 8 个、三方赛事 3 个。2024 年与各大赛事在直播植入、独家奖项、生态共建合作上进一步加深，带动 2024 年电竞热搜同比增长 10%，达到 6,379 条。在《英雄联盟 S14》期间，电竞讨论覆盖站内 40 个领域，产生 651 条热搜，热搜登顶第一超 30 次，超 3,500 万用户在微博分享观赛故事，体验电竞文化。

累计超

5,000[↑]

行业头部账号入驻和内容分享



持续吸引了超

3.2^亿

用户

微博动漫

微博动漫成为动漫圈层文化首选聚集地，动漫相关热搜同比增长 38%，二次元创作者类别覆盖国内外画师、COSPLAY、三坑（国风汉服、JK/Lolita）、虚拟偶像、地下偶像、潮玩模玩、声优等，整体用户生态头部金橙 V 账号超 2,500 个同比增长 10%，发博量同比增长 40%；此外，头部金橙 V 画师超 1,400 个，微博已成为国内最大画师分享平台之一；在版权 IP 方面，2024 年共计合作覆盖国内 IP128 部；海外顶级 IP 及机构，如光之美少女、海贼王、吉卜力工作室纷纷入驻微博，截至 2024 年海外 IP 官微入驻共计 63 个，微博成为其国内独家社交互动发声平台。

动漫相关热搜同比增长

38%



微博稳固 ACG 生态优势

博主赋能

微博提供全方位支持，助力博主产出高质量内容，扩大影响力。

提升博主入驻体验和成长

微博建立完善的扶持机制，提升博主的入驻体验，对新入驻博主进行宣传，并提供粉丝推荐方面的扶持，帮助博主扩大影响力。

@A 阿条本条

射击奥运冠军 2024 年 4 月回归微博，奥运会后粉丝激增百万，其独特的微博昵称更是多次登上热搜。在微博，她不仅展现了运动员的竞技风采，也展现了运动员赛场外的多彩生活。



@ 嫦娥六号月球探测器

2024 年 6 月入驻微博，半年粉丝增长 75 万，成为传播航天知识及即时信息的重要渠道。



@ 基本祐利

2024 年 4 月入驻微博，粉丝达 38 万，分享旅行故事，展现韩国人视角下的中国和跨国情感交流。



社会资源对接

微博高度重视支持内容创作者，通过市场化活动和多元化宣传渠道助力创作者扩大影响力，突破受众圈层，提升社会影响力。



微博超级红人节

2024 年 8 月，微博超级红人节汇聚 300+ 红人和 20,000+ 粉丝，线上线下结合，提升创作者生态影响力。

微博超级红人节汇聚红人

300+



微博红人节现场

微博超红盛典年度荣誉颁发，增强明星与红人跨界合作，提升大 V 影响力和营销力。2024 年活动期间，相关话题阅读量达 65 亿，视频观看量达 3 亿。

相关话题阅读量达

65 亿



微博超红盛典



微博文化之夜

2024 年 6 月，微博与郑州合作，展现“文化郑、年轻郑、国际郑、科技郑、服务郑”形象，传播国家文化策略重点，包括文化创新、文化科技与数字化、文化出海、非遗传承。活动汇聚百余位文化名人、专家、明星，共同见证中华文化的力量。主题论坛探讨多元文化发展、传播、融合，分享文化发展思考，展现中华文明传承与创新的多元力量。



微博文化之夜活动现场

活动全程相关话题词 100+，阅读总量 15 亿，盛典当天直播观看人次 6,000 万，相关视频播放量 700 万，上榜热搜 9 个。

活动全程相关话题词

100+

阅读总量

15 亿



微博文化之夜活动现场



微博竞燃之夜

2024 年，微博携手咪咕联合主办 2024 中国力量·竞燃之夜，聚焦中国文体行业快速发展，凝聚庞大用户群体的微博平台社会化传播的优势，呈现兼具权威性、专业性与影响力的文体行业盛会。活动汇聚体育界明星红人、体育协会、媒体代表等 200 余嘉宾，60+ 机构及公司代表出席活动。

体育界明星红人、体育协会、媒体代表等嘉宾

200 余名



微博竞燃之夜活动现场

活动现场 120+ 热搜上榜，盛典直播观看人次超 2 亿，释放出体育 + 电竞 IP 的强大影响力。

活动现场上榜热搜

120+

盛典直播观看人次超

2 亿



微博竞燃之夜活动现场

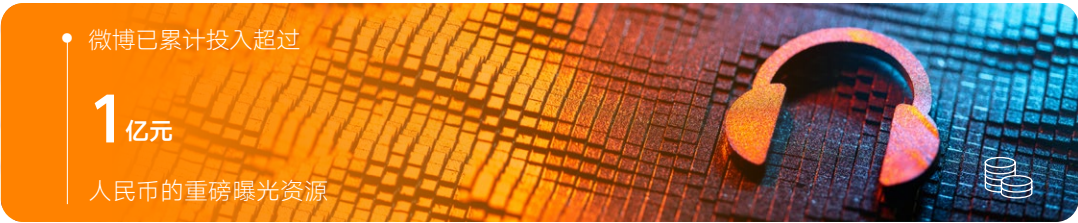
◆ 音频计划

2024 年 1 月，微博正式开放音频功能，以丰富内容生态，为不同创作者提供更加广阔且多维度的全媒体创作平台。该功能自上线以来，吸引明星大 V、头部播客、权威媒体及自媒体创作者等众多才华横溢的音频创作者入驻，借助平台庞大的用户群体和独特的社交属性持续扩大影响力。

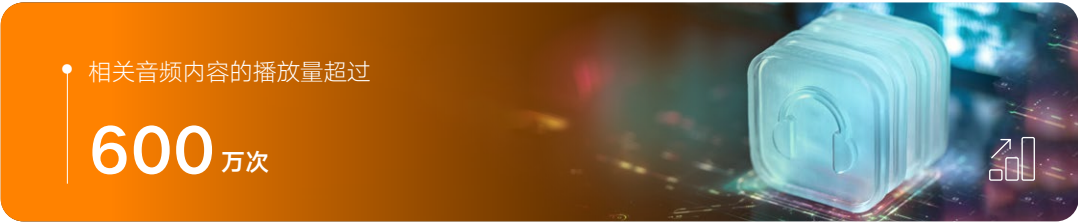


微博音频计划绩效

截至报告期末，微博已累计投入超过 1 亿元人民币的曝光资源，以支持音频创作者的成长与发展。资源覆盖包括开机画面、视窗广告以及热搜榜单在内的多个关键传播渠道，确保音频内容能够获得最大化的曝光和关注。此外，微博还将不定期举办线上及线下的主题活动，旨在进一步助力音频创作者扩大其影响力，实现跨界破圈。



在不同的热点节日或重大事件期间，微博精心策划并实施主题活动，为音频创作者提供更多的展示机会。以暑期为例，我们推出“听见微博旅行季”活动，向用户征集超过 30 个旅行目的地，并提供多种创新的互动方式。通过此次活动，相关音频内容的播放量实现超过 600 万次的显著增长。



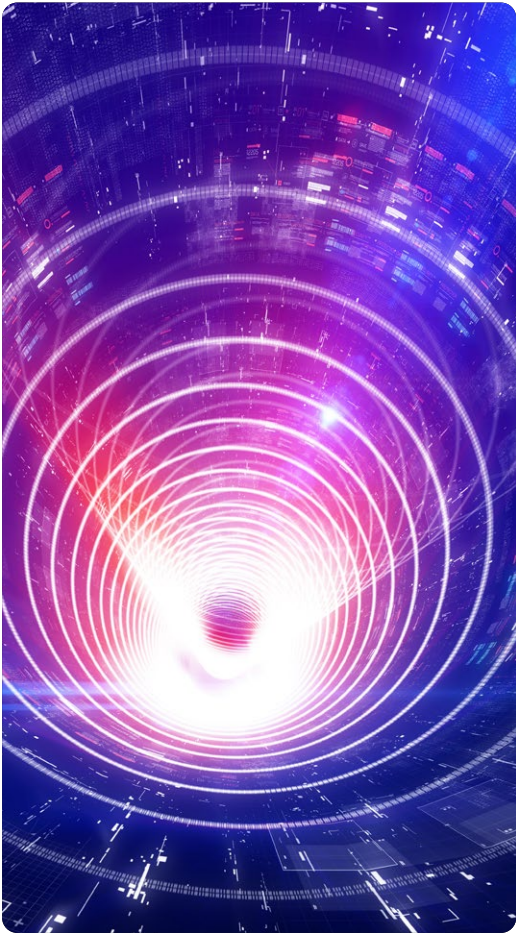
微博声浪计划



微博“听见微博旅行季”活动

◆ 跨域计划

微博于 2024 年 5 月启动跨域计划，旨在挖掘头部博主跨领域内容生产潜力，助力其多元化人设标签构建，实现粉丝群体扩展和铁粉转化，提升综合影响力。该计划通过跨界商单派送，提高商业内容创意和传播效率，助力品牌破圈传播，同时拓宽博主商业合作机会，增加收入。



3.1.3 青少年保护

微博希望守护未成年人在网络世界里健康成长的承诺。我们通过不断加强正向引导和宣传，切实保护未成年人的网络空间安全。公司严格遵守《中华人民共和国未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》等法律法规，持续修订《微博社区公约》和《微博儿童个人信息保护政策》，进一步明确

未成年人保护规则。2024 年，微博通过 @ 蔚蓝计划 账号发布 550 条保护未成年人的相关公告，累计阅读量 920 万次。

为加强对未成年人的网络保护，微博更新产品功能，打造从手机端接入鸿蒙系统的未成年人模式，

实现与鸿蒙系统的联动开启与关闭。用户不仅可以在手机系统设置中便捷地启动或退出未成年人模式，还可以直接在微博应用内进行相应操作。一旦启用该模式，微博应用内的内容和功能将自动进行隔离，确保仅展示适宜未成年人的内容，从而保护他们的网络体验。



手机端接入鸿蒙系统未成年人模式



微博接入手机系统后响应未成年人模式状态

微博通过 @ 蔚蓝计划 账号发布

550 条

保护未成年人的相关公告

累计阅读量

920 万次



当用户将微博切换至青少年模式后，平台将仅展示适宜未成年人的内容，并同步启用宵禁和时间锁功能。这些功能遵循系统全局设置的停用时间和可用时长，一旦达到系统设定的时间限制，微博将无法继续使用。

微博通过平台创新治理、更新专属内容池、多方共创共享以及社会价值创新等策略，进一步强化对青少年的保护工作。



未成年模式仅展示适龄内容 & 宵禁和时间锁功能开启

微博致力于未成年人隐私保护，推出公益活动提升意识；完善青少年模式功能，过滤不良信息；升级 AI 管控模型，减少不良内容传播；积极落实清朗行动，维护网络环境。

平台创新治理
多方共创共享

微博在关键节点发起专项行动与话题活动，联合多方力量引导公众关注未成年人保护议题。

微博通过内容识别和账号圈定策略，不断更新未成年人专属内容池，满足青少年获取知识和增长见识的需求。同时，微博为家长和监护人提供健康育儿知识，助力家庭陪伴孩子成长。

更新专属内容池
社会价值创新

微博利用核心资源和技术，通过公益广告、项目曝光和人人公益节等活动，支持未成年人保护机构和困境儿童。

青少年保护策略

2024 年，结合北京网信办“互联护苗 2024”活动要求，微博社区围绕“生态治理”“辟谣科普”“普法教育”“网络文明”四大主题，发起“护未扬帆”青少年保护系列专题活动。我们共发布有关未成年保护的号召、处置类公告共 30 余条，我们联合博主共同发放活动专属海报共计 140 张；原创青少年 IP 系列精品科普视频共 5 期。# 互联护苗 # 相关话题总阅读量 9 亿、讨论量 22.4 万、互动量 45.1 万。

共发布有关未成年保护的号召、处置类公告

30 余条

@ 阳光信用 制作 # 互联护苗 # 内容合集

160 万+

联合博主共同发布的活动专属海报

140 张

互联护苗 # 相关话题阅读量

9 亿

原创青少年 IP 系列精品科普视频

5 期

互联护苗 # 相关话题讨论量

22.4 万

@ 围脖侠 自导自演的视频

4 期

互联护苗 # 相关话题互动量

45.1 万

微博护未扬帆相关绩效

3.2 广告治理

微博秉持负责任营销的行为准则，坚持广告合规运营，建立了完善的广告治理策略，确保所有的商业内容都可以被信赖，保障商业生态的合规性与可持续性。

在制度政策方面，微博严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等运营所在地的法律法规，制定《微博商业广告审核规范》，对 63 个大行业、24 个限制行业¹³、53 个特殊行业¹⁴的商业广告投放进行了严格规范，指导日常工作。

在治理机制方面，微博采用“三重审核”机制，建立了投前、投中、投后全方位管理体系，按照制度要求执行广告审查工作，确保广告内容合规。2024 年，微博广告持续对代理商 / 客户私自篡改落地页、账号头像、账号昵称等行为进行强有力的管控。多年的有效管控使得违法违规篡改行为呈现明显下降趋势，有效保障了广告推广的合规性。

2024 年 3 月起，微博营销部联合微博广告产品研发团队启动 AIGC 智能审核开发项目，通过应

用 AI 大模型强大的数据处理能力和深度学习能力，对模型进行大量广告数据样本训练，将 AI 审核模型与现有的广告审核发布流程无缝集成，目前已辅助业务实现系统对部分信息流广告产品纯文本广告创意自动化审核驳回，后续将继续开发模型训练图文、视频等数据类型，不断优化完善模型识别能力，以提升审核效率及更准确过滤违法违规内容。

在团队建设方面，微博设有资质审核组、品牌广告审核组以及信息流广告审核组等多个专业审核小组，做到专职专审。为保证时效，设置 7*24h 排班保证实时有人力在线审核。2024 年，微博广告审核团队共计审核广告主资质 13.6 万余套、广告创意 / 素材共计 1,048 万余条，平均审核时长 15 分钟之内。

01 广告投放前 第一重机制

在广告投放前，公司采用智能系统辅助审核，包括智能驳回系统和落地页监控系统。智能驳回系统主要针对广告主提交的广告素材中明确的违法违规内容，进行全天 24 小时秒级智能化识别过滤，并形成智能 - 人工审核链，由智能审核优先识别判断，可识别的自动驳回处理，无法识别的分配人工审核，每日自动审核量最高达 2,500+ 条，可覆盖该产品全天总进审量的 23%，占该产品全天总拒绝订单量的 75%，准确率最高 95% 以上。

落地页监控系统通过定时轮询自动抓取与过审时落地页内容不一致的在投广告，并推送至审核人员进行二次审核判断处理。

02 广告投放中 第二重机制

在广告投放中，公司将由专业审核人员进行第二重审核。微博设立资质审核、素材审核等专项审核团队，严格执行广告审查工作。

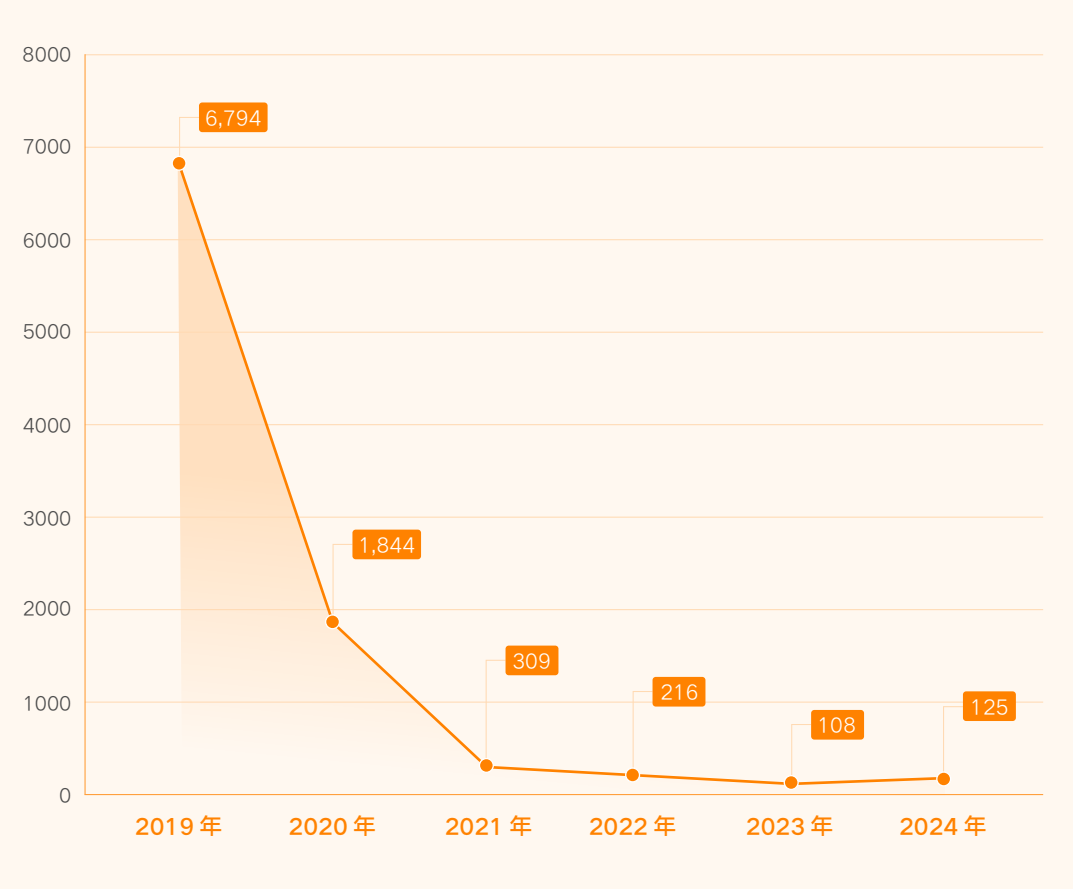
03 广告投放后 第三重机制

广告投放后，公司微博设有舆情 / 负面监察小组，对已上线的广告采取 7*24 小时监察机制，多渠道、多维度接收用户对微博广告相关的反馈。2024 年，负反馈舆情监测过滤 1,742 万余条，违法违规账号减少至 125 个。微博还设有质检培训小组，定期对线上素材进行巡检处理。微博合规部门每月对广告审核部门工作结果进行抽查质检、复核，已形成 12 份《广告审核质检报告》，未发现广告审核部门不合规行为。

微博广告三重审核机制

¹³ 24 个限制行业包括招商加盟、烟草、金融投资、医疗机构、法律限制的药品 / 保健品项、医疗器械、成人用品等。

¹⁴ 53 个特殊行业包括金融、食品、保健食品、化妆品、医疗机构、医疗器械、药品、特殊医学用途食品广告、美容美体、房地产、公益等。



违法违规的账号数量

在专业培训方面，微博设有审核人员培训考试制度，持续开展审核人员入职前培训考核、在职期间巩固培训考试、外部代理人员合规推广培训等，加强员工和客户的广告合规意识。培训内容涵盖法律法规学习、典型违法案例解读、审核规范讲解等方面；培训资料采用文字与样例结合的形式，通过线下讲解，促进审核人员对尺度的更准确理解，重点内容会加入审核人员月度考核并及时发布考核成绩与试题解读邮件。微博杜绝任何违法违规恶意营销行为，并采取一系列管控措施进行拦截和处理，确保广告内容的合规性与生态健康。

2024 年，
微博广告审查团队共进行培训与考试

118 场次



3.3 服务体验

微博持续推动产品创新和技术升级，致力于为用户和客户提供良好的产品和服务体验。

3.3.1 AI 技术赋能产品

2024 年，微博积极拥抱 AIGC 发展趋势，在产品和业务端迅速迭代，促进了 AI 在微博多项业务场景的落地。7 月，微博自主研发的“知微”大模型成功通过备案。“知微”大模型目前正为微博平台内的多款产品功能提供核心技术支持。基于 AIGC 领域的不断进展，我们希望微博内容和商业生态可以进一步智能化和个性化，为用户、内容创造者、客户等利益相关方带来最优的使用体验，巩固微博平台在社交媒体领域的核心竞争力。

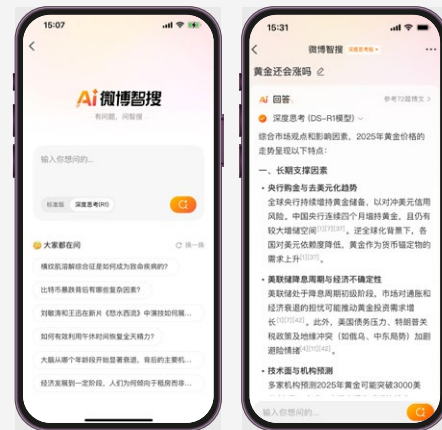
随着人工智能技术的快速发展，微博高度关注技术发展带来的合规要求和社会伦理问题。微博严格遵守与 AI 治理相关的法律法规，确保 AI 在技术研发、内容审核、用户服务等多个环节的合规运用。作为中国网络空间安全协会人工智能安全治理专委会成员，微博参与制定《生成式人工智能行业自律倡议》，从保障数据安全与隐私、促进内容生态正向建设等方面，推动生成式人工智能行业健康发展。微博通过“多模态大模型 + 人工巡查”的模式，保障平台内容生态的健康和良好的用户体验。

AI 应用生态建设

2024 年，微博投入更多资源来探索业界先进的 AIGC 技术，并在微博场景下积极挖掘能够发挥 AIGC 技术特长且具有特色的新应用，并逐步聚焦到 AI 搜索、内容总结、用户互动等几个大方向。

微博智搜

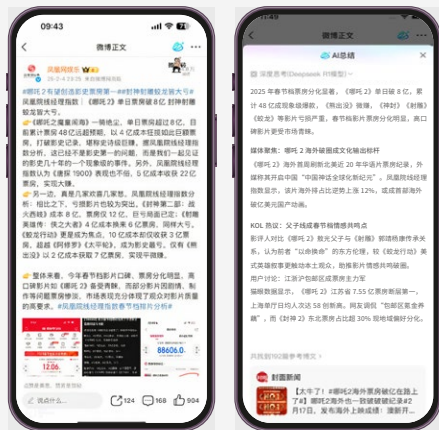
打造具有微博特色的 AI 搜索，满足用户更高效全面获取信息的需求；发挥微博内容生态优势，增强微博搜索差异化价值，强化用户搜索心智。智搜用户规模增长显著。



微博智搜

内容总结

利用 AI 技术的特征提取、归纳总结、多模态理解等能力，为用户提供智能总结，显著提升用户获取信息的效率和深度阅读体验。



内容总结

用户互动

24 年创办 @ 评论罗伯特 等 AI 互动号，通过自建 AI 大模型充分学习微博评论，结合丰富自建知识库输出评论，“好玩、有趣”，成长为 AI 网红。

面向大 V 推出 AI 小助手，学习博主风格、知识，赋能博主「粉丝经营」，提升博主和粉丝的互动体验，拓展更多互动形式。



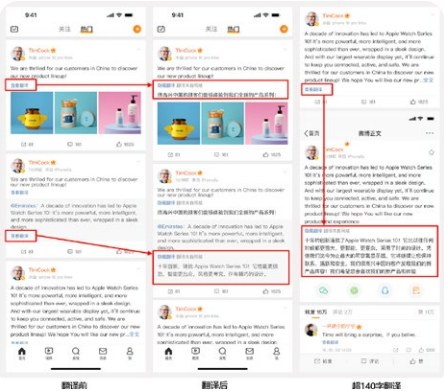
用户互动

3.3.2 产品功能优化

微博不断开发和完善多种产品功能，通过多元化的服务渠道为用户提供及时、贴心的优质服务，以满足并超越用户的期望。

翻译功能

为促进国际博主在微博平台的入驻，方便用户浏览国外博主内容以及海外用户阅读中文内容，2024 年，微博将翻译功能扩展至更多场景，包括信息流（关注流、推荐流）、个人主页和正文页，使得用户在各个浏览环节都能便捷地使用翻译服务。



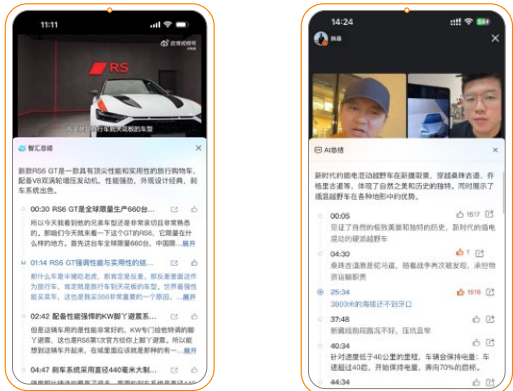
微博翻译功能

Live 功能

微博 Live 功能已经扩展到支持多个安卓手机品牌，包括华为、vivo、OPPO 等主流厂商，实现动态图片的发布和展示，为用户提供更加完整和沉浸式的体验。

直播总结功能

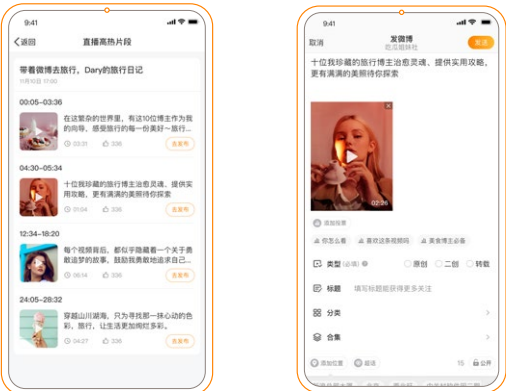
在用户侧，微博直播回放功能通过 AI 技术实现了对视频内容的智能总结，使得用户能够快速定位到他们感兴趣的特定内容节点，显著提升用户的视频消费体验。



微博直播总结功能

直播剪辑功能

在内容创作者侧，微博利用 AI 技术筛选出直播中的高质量节点内容，并为用户生成直播的高热片段。该功能不仅简化了内容创作者的工作流程，还使得他们能够直接将这些精彩片段发布到微博上，进一步扩大内容的影响力和传播范围。



微博直播剪辑功能

3.3.3 高质量服务

作为中国最大的社交媒体之一，微博平台承载大量用户的信息传播与互动交流。为维护平台秩序，保护用户合法权益，我们不断优化投诉渠道和机制，致力于打造一个健康、安全、可信赖的社交平台。

投诉处理

为提升投诉的准确性和有效性，微博加强投诉管理工作。2024 年，微博平台共收到投诉约 2.2 亿件，较往年下降约 4%。有效受理投诉举报约 2.1 亿件，较去年增加 8%。

投诉管理工作	具体内容
投诉分类优化	微博对投诉分类进行调整更新。截至报告期末，投诉分类包括 15 个一级分类，60 余个二级分类。其中，新增“诈骗信息”分类，升级“饭圈投诉专区”分类，新增“饭圈不友善”“恶意评价”“拉踩引战”“恶意 P 图”等二级分类，旨在更好地应对饭圈与体育饭圈等新兴的网络违规现象。
投诉策略优化	2024 年，投诉策略新增高风险用户被投诉评论有效策略、高风险超话微博有效策略、高仿冒充诈骗有效策略、底线被盗用户违规内容有效策略、饭圈评论特征有效策略、弱处置词库有效策略等，调整内容失效策略、关键词策略等。
加强他益性投诉管理	针对非本人权益相关的投诉，例如涉及“宣扬仇恨与歧视”“不良价值导向”“网暴他人”等内容，微博升级投诉受理规则。此举旨在有效降低异常投诉或恶意投诉对正常投诉受理的影响，确保投诉机制的公正性和透明度。同时，微博对投诉效率异常低且频次异常高的用户实施限制，并对于多次恶意投诉的用户扣除信用历史分，以此加强教育引导及违规限制。
内容负反馈机制优化	微博建设内容负反馈机制，通过增设推荐投诉分类、屏蔽建议模块和投诉公示页，提升投诉服务的便捷性和响应速度，让用户能快速定位投诉渠道，并实时掌握处理进度，减少不良内容对体验的干扰。

满意度调查

微博新增社区服务满意度评价功能，允许用户对社区内容的真实性、氛围的友好度以及管理处置规则的有效性进行评价。通过这一举措，微博每天平均回收约 1,700 条反馈，其中内容真实程度、氛围友好程度和管理处置规则的满意度分别为 78%、76% 和 75%。此外，我们积极开展用户满意度调查工作，报告期内用户满意度高达 94%。



社区满意度调查



同时，微博升级客服团队，设置专人跟进用户反馈，提升用户满意度。我们还利用 AI 情绪识别技术优先处理情绪波动大的用户，快速解决问题，全面提升用户服务体验。

04

人才聚力

微博始终坚信人才是推动公司发展的核心力量，保障公司发展的不竭动力，并通过健全人才发展战略、优化人才培养体系、完善薪酬福利待遇等方式，吸引和保留更多优秀人才，营造包容、多元的企业氛围，打造公平、健康的工作环境。



4.1 保障员工权益

微博以保障员工基本权益为首要原则，尊重每一位员工的个性化和差异，并持续构建全方位、深层次的沟通网络，鼓励员工进行开放坦诚的对话，确保每位员工的诉求与意见都能得到有效回应。

4.1.1 坚持公平雇佣

微博遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，更新修订《招聘管理制度》《薪酬福利管理制度》《休假管理规定》等多项内部管理政策，为员工的招聘晋升、薪酬福利、工作时间、假期、平等机会、多元化、反歧视及其他事宜提供了明确的制度保障。

微博持续践行平等雇佣原则，保持多元化的员工结构。在招聘过程中，为不同性别、民族、肤色、年龄、国籍、宗教信仰的候选人提供平等的就业机会。2024 年，公司继续执行保持雇佣约 1% 的残疾员工和 5% 的少数民族员工的目标。

目标达成情况：

截至报告期末，公司共有残疾员工和少数民族员工 323 人，其中：

残疾员工	少数民族员工	来自
44人	279人	23个不同的少数民族

招聘战略

微博制定了完善的人才招聘与发展战略，每年年初各业务负责人在 HRBP 和招聘顾问的协助下，以战略目标和人才需求为指引，并充分考虑市场环境、人才梯队等因素，预测公司的招聘需求，制定合理的年度招聘计划。



公司招聘战略执行流程

招聘工具

微博利用多样化招聘工具实现人才招聘战略，满足公司发展需求。

智能人才库的优化与应用

- 持续优化智能人才库，通过标签、操作路径、履历信息等实现人才智能分类和人才储备，并不定期与潜在目标人才保持联系，保证人才后备力量。智能人才库已成为公司社会招聘的三大主要人才来源之一。

多元立体的人才选拔工具体系

- 进一步完善招聘测评体系，根据岗位特点、应用场景、人才情况，从认知、性格、胜任潜质、职业风险等多方面系统性进行评估，全方位了解人才特点，辅助招聘决策。职业性格测评工具已在社招领域全面投入使用，实现 100% 的入职覆盖率，确保了新入职员工质量，有效降低了雇佣风险。
- 关注员工职业信用风险防控及相关的业务风险防范，升级背景调查相关流程制度，持续加强雇佣风险管理。公司从业务安全出发，基于岗位特点分类分层制定背景调查风险防控方案，明确风险等级并分级设置解决方案，确保录用决策客观公正、有据可依。背调与专业第三方背调机构合作，采用安全可靠的标准流程，对接自身招聘系统，充分尊重相关人员隐私，确保个人信息安全无虞。

招聘集中化交付

- 对部分子公司招聘交付工作进行垂直化集中管理，共享集采资源和工具，借助集团全流程效能工具和渠道，招聘效率和质量显著提升，2024 年整体招聘效率同比提升 30%。



应用招聘战略获取 AI 领域人才，智能提效保障人才储备

微博本年度持续对算法岗位进行人才储备，通过招聘系统持续邀约人才库内人工智能领域人才，进行有效人才沟通。通过系统、人才库等智能工具的利用，以及精细化的流程管理和高效的通力合作，公司顺利承接 AI 技术落地关键项目“智能搜索”的人才获取需求，2 个月内全面完成了中高级搜索算法、产品岗位人才的招聘入职，为公司在激烈的市场竞争中赢得了宝贵的人才储备。

招聘渠道

2024 年，微博通过校园招聘和社会招聘广纳具备不同技能、背景与经验的人才。校园招聘涵盖应届生招聘、实习生招聘以及校企合作项目，社会招聘则主要采用线上线下结合和员工内部推荐的方式，吸引优秀人才。

微博致力于在全球范围内推进校园招聘计划，吸引来自不同地区、民族、院校、专业背景的在校生活和应届毕业生，并为校招新员工提供全方位的专业培训，确保每位新员工都能迅速融入公司并发挥潜力。每年我们都会经过第三方薪酬调研，承诺提供具有行业竞争力的薪酬和福利待遇，以吸引和保留最优秀的人才。2024 年全年校招人数占全年新员工比例超过 22%。

2024 年
全年校招人数占全年新员工比例超过

22%



微博校园招聘活动

网络安全人才专场招聘活动

2024 年秋季校园招聘期间，微博多次参加政府及各高校组织的各类专场招聘会，包括“2024 网络安全人才专场招聘会”、“2024 上地地区高新技术企业高校毕业生招聘会暨校企 & 产业人才对接大会”等，提供多个应届生岗位。



网络安全人才专场招聘现场图

高校参访交流活动

2024 年暑期，公司接待了浙江大学、大连理工大学等院校师生来公司参访交流，并邀请公司高管现场分享了微博发展历程、最新技术和产品，解答了大家就业的困惑。



大学师生参访交流图

助力青年就业

微博始终践行企业社会责任，深入贯彻国家“稳就业”政策，全力助力青年就业。2024 年，公司为青年就业提供了更多基础岗位，相比 2023 年增加了 22% 的岗位数量。

就业见习活动

2024 年，公司积极响应政府出台的“就业见习计划”，共邀约 400 人进行岗位面试，为已毕业的青年群体提供就业机会。

求职知识分享

2024 年 9 月，微博在平台发起 # 令人心动的秋招 # 话题，通过行业职场大 V 分享、在线答疑等方式帮助青年群体树立正确的择业观、传授求职技能。

最佳雇主

2024 年，公司荣获多项优秀雇主奖项认可：

- **拉勾：**年度卓越 TOP 雇主、年度大学生喜爱 TOP 雇主
- **实习僧：**最爱雇主
- **脉脉：**年度职得去雇主，应届生好评雇主
- **天狼星奖：**最受大学生欢迎雇主品牌
- **拉姆查兰奖：**拉姆查兰最佳雇主奖项



最佳雇主奖杯

4.1.2 倡导平等沟通

微博持续完善员工沟通机制，确保每一位员工都能在一个更加开放、包容的环境中工作。2024 年，公司特别引入了独立的第三方匿名申诉平台，为员工提供安全无虞的渠道来自由地表达意见或提出申诉，而不必担心可能的负面影响或个人隐私泄露问题。



员工匿名申诉平台

亲爱的同事，您好！
欢迎您来到新浪集团 HR 在钉钉的匿名申诉平台。在这个完全独立的第三方平台，您可以选择完全匿名地进行申诉，在完全匿名的情况下我们将无法联系到您；您也可以选择留下邮箱或者电话等沟通方式，以便我们后续进一步向您了解情况或向您反馈跟进结果。谢谢！

01 您是否愿意留下您的联系方式，以便我们后续和您联系并跟进反馈结果？

是

否

02 请您描述您想反馈的问题：

请输入内容

提交申诉

第三方匿名申诉平台

微博致力于构建一个多元化、立体化的沟通网络，确保及时倾听员工意见、有效解决员工诉求。微博在《员工手册》中明确了投诉和申诉条款，强调所有员工均有权就工作、劳动条件、员工关系及工作中遇到的任何问题提出建议、投诉或申诉。

相关问题	投诉 / 申诉渠道	相关问题	投诉 / 申诉渠道
违纪处罚申诉	- 向直接上级呈交书面投诉 - 若员工不愿与直接上级沟通，可直接向跨级上级或更高层负责人申诉	歧视、骚扰及多元化问题	- 任何员工在遭遇、目击性骚扰或疑似性骚扰、或对性骚扰问题及公司其他多元化管理有任何困惑和异议的情况下，均可以寻求上级主管、HRBP 及工会的帮助 - 工会负责人联系方式：邮箱 sinagh@staff.sina.com
绩效考核申诉	员工如认为受到不公平对待或对评估结果有重大异议，可以在绩效面谈结束 / 收到绩效结果发布通知后 5 个工作日内向 HRBP 提出绩效申诉	健康与福祉	- 成立员工关爱小组，通过开展沟通宣讲与赋能、协助员工关爱项目落地等工作，提升员工的归属感和幸福感。 - 员工帮助：设立员工 EAP 热线（Employee Assistance Program，员工帮助计划），2024 年共有 35 人次使用 EAP 热线
道德和合规问题	- 可以直接联系公司合规监察部寻求帮助或进行举报 - 电话：0086-10-58983041 - 电子邮件：compliance@staff.sina.com、wbjb@staff.weibo.com - 举报信件和来访地址：上海市黄浦区中山东二路 600 号外滩金融中心 S2 栋 18 楼新浪集团合规监察部（200010）	其他各类问题	- 共享服务中心 5588 热线 - OA 助理小信智能客服小程序 - 开通吐槽吧，便于员工有效发声，并及时给予答复

公司秉持严谨、公正的态度处理投诉事宜，并及时向管理层同步调查进展与结果。针对不同情况，公司将迅速采取相应措施，包括在必要时对涉事员工进行临时停职处理。在调查过程中，公司高度重视隐私保护，对投诉人的个人信息，如姓名、身份证号、手机号及所属部门等严格保密，确保投诉人隐私安全。

同时，公司努力打造开放、透明的内部环境，鼓励员工积极表达意见，通过管理层双周会、中层员工季度会、基础部门例会、OKR 业务跟进与讨论会等定期例会的方式，完善各层级的沟通机制，促进了公司的高效沟通与协作。此外，公司建立工会制度，保障员工民主沟通权利，2024 年公司工会入会率达 87.3%。

员工满意度调查

自 2014 年起，微博已连续 11 年¹⁵开展员工之声满意度调查项目，持续了解员工的工作体验及职业发展诉求，从而优化人力资源管理，提升员工满意度和归属感。2024 年，微博继续聘请第三方机构开展员工之声调研工作，调研过程保障员工信息加密。调研结果显示微博员工整体参与率达 94%，问卷有效率为 85%，敬业度调研结果为 84%，相比 2023 年提升超 2%，达互联网行业前 25% 水平。调研结束后，公司进一步分析调研结果，改进各项管理指标，并召开公开会议对改进措施进行公示，保障员工诉求得到充分响应。

调研结果显示微博员工整体参与率达

94%

问卷有效率为

85%

敬业度调研结果为

84%

¹⁵ 除 2022 年因疫情原因暂停一年外，其他年份均开展满意度调研工作。

4.1.3 守护健康安全

微博严格遵循《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，建立全面的安全保障体系，定期通过电子邮件向全体员工传达安全保障要求，强化员工的安全意识。2024 年，公司修订《应急预案手册》，明确火警处理、电梯困人、殴打暴力事件、突发跑水及停水事故、自然灾害等各项事件的处理流程，并根据应急手册定期开展办公场所巡检及应急演练活动，并针对供应商开展定期的消防培训，力求将安全风险降到最低。

本年度，公司组织了两场急救培训，共计覆盖 98 名员工，通过实操演练和理论学习相结合的方式，帮助员工掌握心肺复苏、止血包扎等关键急救知识与技能，极大地提升了员工在紧急情况下的自救互救能力，截至报告期末，新浪持有初级急救证员工共计 497 人。

此外，公司高度重视食堂的食品安全管理工作，于每个季度邀请第三方专业机构对食堂进行食品安全检查，并组织食品安全相关培训讲座，全方位保障员工健康安全。



办公巡检



电梯困人演习



消防演习



急救培训



第三方安全检查



第三方安全培训

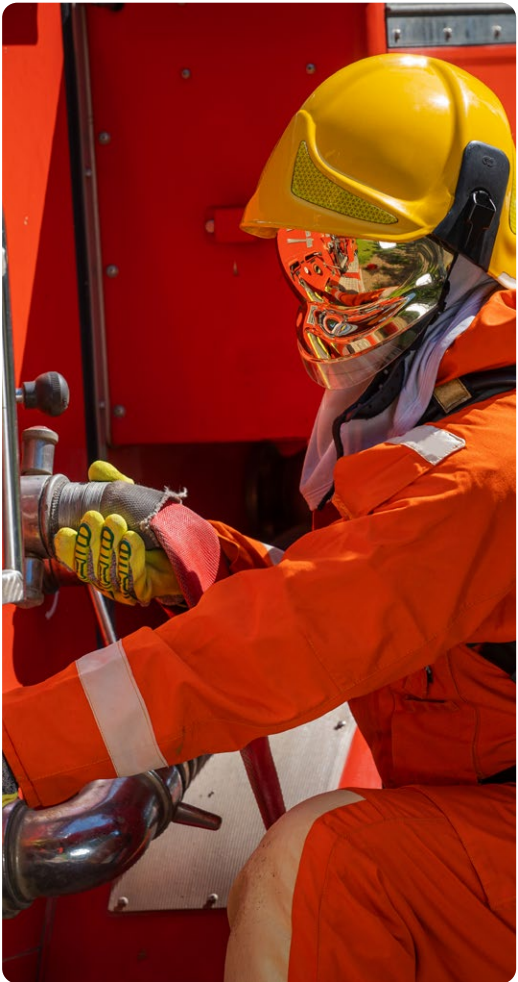


新浪大厦消防演练活动

为保证火灾、地震等突发性应急工作有序进行，最大限度地减轻突发性事件造成的人员伤亡和财产损失，2024 年公司针对全体物业人员及相关员工开展消防技能培训和演练活动，参加演习人员共计 579 人。演练过程为员工设置了急救流程展示、消防器材讲解、着装技能展示、现场实战灭火和烟雾帐篷体验等环节，帮助员工掌握了正确的疏散逃生知识，提升了全员应急保护能力。



消防水站出水



2024 年，微博继续开展健康企业创建工作，严格执行健康企业建设规范，通过建立专项小组，完善相关制度和措施，传递健康企业理念。2024 年，微博母公司新浪集团成为全国总工会提升职工生活品质第三批试点单位，为职工打造公平公正、健康安全的职场环境。

4.2 打造多元环境

我们深信，平等与多元化的承诺和行动是引领公司成功的关键因素之一。微博致力于打造舒适的工作环境，并通过多元化的福利关怀，让员工真切感受到企业的温暖与支持。

4.2.1 促进多元共融

微博持续构建多元共融的工作环境，让每位员工感受到被尊重，从而获得支持和启发，进而实现个人和企业的共同目标。

多元化治理及管理体系

微博持续将平等多元的企业文化融入公司日常运营，制定并发布了《平等与多元化承诺》¹⁶和《平等反歧视多元化管理规定》¹⁷，明确了公司多元化治理架构和管理规范，规定由 ESG 委员会作为多元化治理的最高责任机构，为公司提供多元化政策指引并推动政策的执行，监督多元化目标达成情况，并在 ESG 会议中对公司的多元化执行情况进行沟通，全力推动公司多元化表现提升。

微博积极响应《世界人权宣言》《经济、社会及文化权利国际公约》《联合国工商业与人权指导原则》以及国际劳工组织制定的《工作中的基本原则和权利宣言》，并制定了《人权管理规定》¹⁸，针对全体员工（含兼职及外包员工）在工作中可能遇到的人权问题，完善公司管理要求，确保所有业务活动尊重并保护人权，打造多元和谐的工作环境。

¹⁶ [CommitmentEqualityDiversity.pdf](#)

¹⁷ [RegulationsOnEqualityAnti-DiscriminationDiversityManagement.pdf](#)

¹⁸ [RegulationsonHumanRightsManagement.pdf](#)

多元化政策与培训

2024 年，公司面向全体员工（含兼职及外包员工）提供多元化政策培训，在新员工入职培训中要求所有员工在线完成《职业道德与行为规范》《职场文化多元化》培训课程，并通过“小浪学堂”系统每年提醒员工参加职业道德与行为规范、职场文化多元化培训。本年度多元化政策培训覆盖共计 3,051 人次，有效传达了公司多元化理念，培养了员工多元化价值观。

公司强烈建议任何受到不平等待遇、歧视或（疑似）性骚扰行为的受害人或目击者及时向上级主管、HRBP 及工会进行投诉举报，或在任何需要的时候寻求帮助。

《职业道德与行为规范》专项培训

以反歧视、反性骚扰，尊重宗教文化为核心，培训主题包括“如何正确应对歧视和骚扰事件”等。

《职场文化多元化》专项培训

以加强员工的多元化和包容意识为目标，培训主题包括“无意识偏见与微歧视”“反性别歧视”“包容性工作”等。

多元化政策专项培训



多元化计划与支持项目

公司始终尊重多元化背景的员工，在多元化宣贯的基础上，公司为各类员工提供平等机会和物质支持。面向残疾员工，公司尽可能为他们提供办公便利，例如优先安排公司班车，允许部分内容监控助理等岗位的残疾员工居家办公等。面向少数民族员工，公司在食堂提供清真档口，方便相关员工就餐，并为部分少数民族员工提供开斋节的假期。

微博重视女性员工权益，设有妇联维护女性员工权益。公司严格执行生育条例的相关规定，并为哺乳期女员工开设母婴室，同时为孕产期女员工准备了一系列福利措施，包括优先受理班车申请、育儿补贴、补充生育保险、新生儿满 30 天可享受补充医疗保险等。对于产后复工的女员工，公司会保留员工的原岗位，并且人力资源部和业务部门负责人将根据员工实际情况，帮助员工重新梳理工作职责、确定工作目标，为女性生育后回归职场提供有力支持。2024 年，微博关注女性员工身心健康和职业发展，助力女性员工发挥“她”力量。截至报告期末，公司女性员工在 STEM 相关职位的占比达 47%，在创收业务相关职位的占比达 58%。

截至报告期末，微博女性员工占比为

53%



“她力量”分享会

2024 年 11 月，微博连续三年举办“首都巾帼最美”活动学习暨微博“她力量”职场分享会。本次活动弘扬了女性在新时代的卓越风采，充分调动了微博广大女性员工的积极性与创造力，鼓励广大女性员工在公司的多元化发展中勇挑重担，展现更大作为，彰显巾帼英姿，为微博的高质量发展贡献不可或缺的“半边天”力量。



“她力量”分享会

4.2.2 深化员工福利

微博珍视每一位员工的贡献，为正式员工、兼职及外包人员提供全面的福利支持。微博确保全体员工享有法定福利，包括但不限于五险一金以及年假、病假等法定假期¹⁹。除法定福利外，公司还推出覆盖各领域的法定外福利或关怀计划，增强员工的归属感与认同感，推动员工与企业共同成长，形成互利共赢的良性生态。



生活类

- **假期**：福利性休假、公假、公益假、事假等；员工享有一定比例的带薪病假
- **额外津贴**：免费早餐、午餐补贴、特殊岗位津贴等
- **人才公寓**：为员工提供福利公租房
- **育儿补贴**：工会会员在职期间首次生育后 6 个月内可申请领取
- **三个基金**：为困难、重病及身故员工设立慰问金、救助金及抚恤金

家庭类

- **爱心伞**：为遭遇重大疾病 / 残疾 / 身故的员工本人及家人提供相应额度互助金，2024 年度成功援助了 6 名员工及其家属，共献出累计 18 万元的爱心善款
- **医疗保险**：为员工父母提供拥有不限既往症、无等待期、无年龄限制等优势 30 万保额住院医疗保险，2024 年父母保险理赔 297 次，赔付额总计 100 万
- **风险保障**：为员工及子女提供合计 3 万保额的门诊及住院保险，为员工提供 15 万额度的重疾保险、30 万额度的意外伤害及疾病身故保险，及 20-100 万额度的交通意外保险
- **自选保险**：为员工配偶及配偶父母提供在市场上无法购得的医疗保险产品，员工可自选购买
- **亲子活动**：六一儿童节举办亲子活动

健康类

- **体检福利**：每年为员工提供体检
- **健身支持**：设立健身中心，为员工提供丰富多彩的健身课程和运动项目，并利用微博产品鼓励员工坚持健康打卡，养成良好习惯
- **日常健康保障**：根据季节情况为外卖小哥、执勤安保和外围保洁提供解暑饮品和暖宝宝
- **健康空间**：为员工提供日常医疗咨询及药品服务，在新冠、甲乙流、支原体肺炎流行期间免费为员工发放检测试剂盒；设置有员工午休室
- **母婴室**：为孕期、哺乳期女员工提供母婴室

娱乐类

- **生日礼物**：为过生日的工会会员准备生日礼物
- **节庆福利**：在春节及圣诞节做节日装饰，让员工感受到节日的氛围；中秋节发放公司月饼礼盒；三八节给女员工发放玫瑰及购物卡
- **业余生活**：为工会会员发放电影兑换券，为全体员工（含兼职及外包）提供内购福利
- **工会俱乐部**：设有足球、篮球、瑜伽、浪跑团以及志愿者等各类员工俱乐部

法定外福利内容

¹⁹ 法定假期包括：年假、病假、产假、陪产假、哺乳假、育儿假、父母护理假、婚假、丧假、工伤假等。

2024 年，公司延续“幸福浪”项目，并新增“感动时刻”员工关怀项目，完善员工幸福感提升体系，倡导健康的工作和生活方式。公司从员工身体、心理、社交、财产等角度出发，整合内外部资源，通过形式多样的活动，营造积极向上的工作氛围，提升了员工幸福感和满意度。

针对女性员工群体，公司开展了三八妇女节、“粉红丝带”乳腺知识讲座等活动，塑造多元包容的企业文化和价值观，同时增强了女性员工的健康意识。此外，公司还为全体员工举办财经专家的个人投资理财讲座、反诈骗讲座和财务管理小能手活动等，提升员工理财知识素养。



正念课程：通过举办心理相关的系列课程，从而缓解员工的工作压力，提升专注力和幸福感



养生康复沙龙：邀请微博金V走进公司，普及健康知识，提高员工健康意识，逐步改善身体状况，提升工作效率和生活质量



提高睡眠质量活动：关注被头痛困扰和感到疲惫的人群，通过活动探索偏头痛与睡眠问题，帮助员工实现身心平衡



21 天打卡活动：帮助员工建立起稳定的行为模式和良好的习惯，激发员工的成就感



亮马河遇上塞纳河活动：借中法文化旅游年的契机，邀请员工通过微博平台分享两条著名河流的故事、照片及视频，见证中法文化交流互鉴



“感动时刻”项目

微博致力于构建一个全方位、多层次的员工关怀体系，在节日关怀方面，我们精心策划了三八节、程序员节、端午节、儿童节、感恩节及新年等庆祝活动，通过互动游戏、健康竞技比赛、设计专属节日徽章等形式，营造了浓厚的节日氛围。我们深入分析员工工作特点，针对普遍性疾病需求，邀请全国权威专家开展线上线下讲座，定期举办口腔健康义诊，全面守护员工身心健康。

公司特别关注员工的高光时刻，从入职、结婚、生子到退休，公司精心设计了一系列温馨的庆祝活动，让员工感受到公司的关怀与温暖。



“童心飞扬 梦想启航”亲子活动

2024 年儿童节当天，公司举办以“童心飞扬 梦想启航”为主题的亲子活动，现场设置活动项目多达近 20 项，包括呐呱儿童体能挑战赛、呐呱亲子挑战赛、小丑表演、消防演习、蛋糕分享、口腔义诊、眼科义诊、跳蚤市场、巨幅涂鸦等等。此次活动共计 50 个家庭、200 余人积极参与，为员工家庭带来了欢乐的同时，极大地增强了员工对公司的认同感和归属感。

现场设置活动项目多达近

20 项

此次活动共计家庭

50 个

参与人数

200 余人



“童心飞扬 梦想启航”亲子活动现场



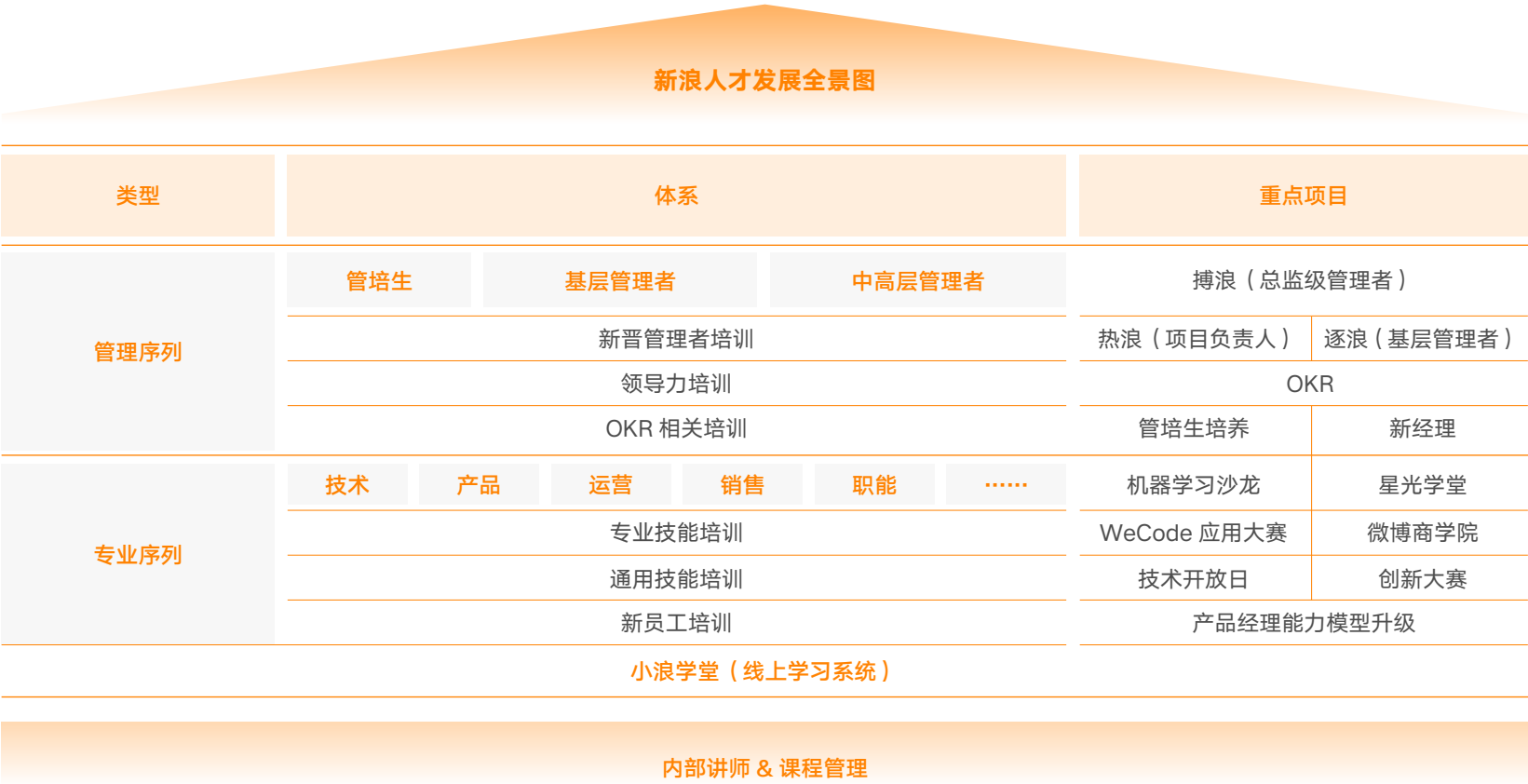
4.3 助力员工发展

微博秉持前瞻性的人才发展理念，持续完善员工培训体系和绩效评估机制，为员工提供广阔的职业发展空间，助力员工实现自身价值，也为公司的长远发展与持续创新注入不竭的人才动力。

4.3.1 培养卓越人才

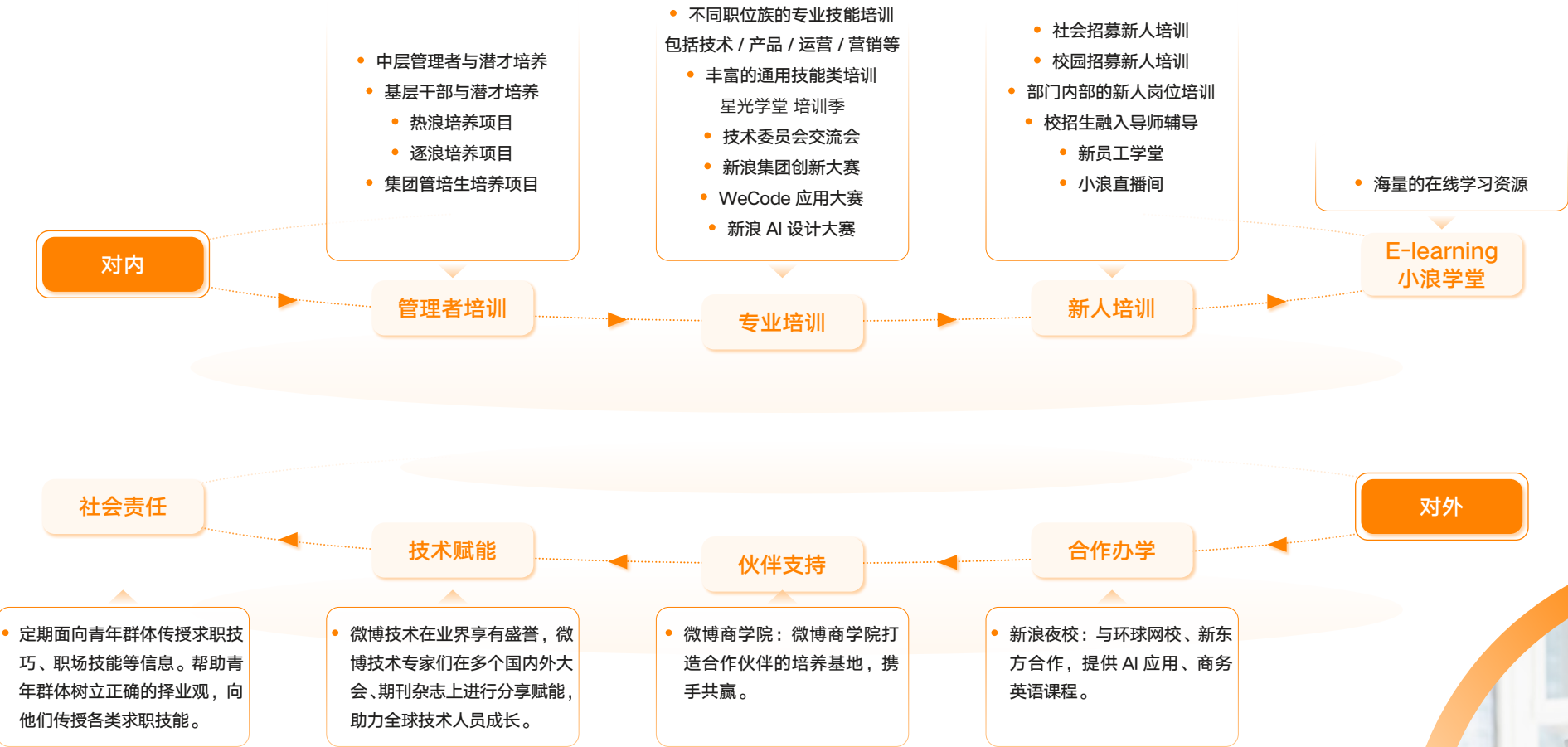
微博构建了全方位的人才培养体系，为员工职业发展提供清晰路径。公司从管理和专业双通道出发，为员工量身定制成长计划。针对管理序列，推出搏浪、热浪、逐浪及管培生等系列领导力项目，系统培养各层级后备管理人才。对于专业序列，覆盖技术、产品、运营、营销等多个领域，通过星光学堂、机器学习沙龙、创新大赛、技术开放日等特色项目，全面提升员工的专业素养与实战能力，赋能员工实现职业突破。

2024 年，公司顺应线上化培训趋势，借助学习平台打破时空局限，助力员工随时随地开启学习旅程，拓展了员工学习的广度与深度，推动碎片化学习。此外，AI 技术的融入也为公司培训体系注入了新的活力，通过实时答疑解惑等方式加速员工的成长步伐，并奠定坚实的职业道路基础。



微博人才发展培训体系

微博为全体员工提供了多元化的学习资源。对内，公司设立“小浪学堂”课程，持续为新员工、专业序列及管理序列员工提供海量的在线学习资源；对外，公司与第三方教育机构、行业伙伴和技术专家合作，助力员工接触行业前沿知识与先进理念，拓宽员工视野，提升员工综合素养。



微博为全体员工（包括兼职和外包）提供外部学位课程和证书获取的支持，助力员工增长见识、强化自身专业素养。微博制定了《在岗学历学位教育管理手册》，为管理岗位核心人才提供学习机会并承担相关费用，同时也为有需要的员工提供假期和推荐信，全力支持员工获取外部学历学位。2024 年，公司成功为一位员工提供了清华大学 EMBA 学位支持。

微博培训资源



新员工培训

2024 年，微博面向新员工提供通用培训及业务专业培训，不断改进培训课程，通过前置直播课等方式，帮助员工迅速了解企业文化、快速融入工作环境。微博还设置导师带教机制，确保在新员工入职的各个关键阶段进行持续的沟通并提供辅导。



微博也为实习生提供培训课程，涵盖思维与沟通能力提升、时间规划、向上管理、项目管理等内容，多方位提升实习生的工作能力和职业素养，为他们未来职业发展奠定坚实基础的同时，也为公司储备高素质、高潜力人才。

领导力培训及继任计划

2024 年，微博延续管培生、逐浪、热浪、搏浪等传统领导力培养计划，新增潜力管理者培养与选拔方案、新星培养计划、雏鹰班培养计划、年轻管理者培养发展项目等多样化领导力培训项目，支撑公司完成年轻干部储备，为各级管理者储备继任人才。

领导力培训项目	主要培训内容	培训对象
搏浪项目	通过经验收集、360 线上测评等方式识别核心管理者的优势和待发展领域，帮助总监级管理者丰富自我认知。	总监级管理者
热浪项目	通过设置销售体验、拥抱用户、大 V 访谈、测评与课程支持等环节，有效提升了项目负责人的战略能力、业务敏锐度及团队协作能力。	中层管理者
逐浪项目	通过素质拓展、测评反馈、课程赋能、管理训战营、走近用户等多样化形式，助力员工拓宽业务视野、强化决策能力，为公司中高层管理者培养后备团队。	基层管理者
潜力管理者培养与选拔	通过盘点筛选、测评反馈、课程赋能、与高管述职沟通等方式，助力员工识别自身不足、提高业务归纳与沟通能力并增强归属感，为中层管理者培养后备团队	基层管理者
新星培养计划	提供在线工具，助力员工快速增长业务能力，保留与激励年轻骨干员工，为公司发展做好人才储备。	工作 5 年以内的毕业生
雏鹰班培养计划	通过矩阵式的培训体系，对专业、通用、管理技能进行学习、实践，全面提升、挖掘应届生的潜力，培养项目和基层管理人才	应届毕业生
管培生项目	通过 30 个月定制化学习和持续关注，为微博年轻的产品、商业、运营管理者队伍进行人才储备和输送，培养企业未来的中高级管理人才。	应届毕业生

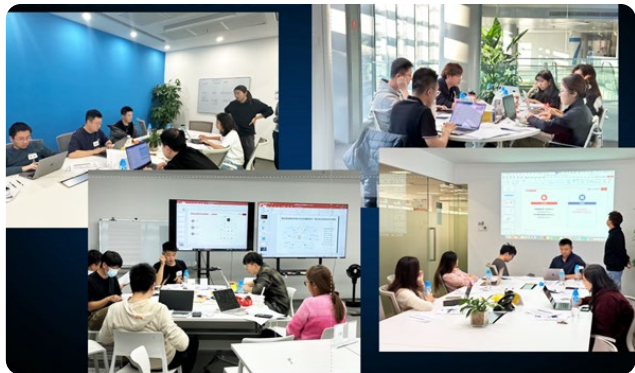


逐浪项目

为加快年轻高潜基层管理者的成长及发展，为热浪项目输送后备人才，微博针对部分专业能力优秀、管理潜质突出、发展意愿较强的基层管理者持续开展逐浪项目。项目通过测评反馈、课程赋能、管理训战营、走近用户等多样化形式，帮助基层管理者提升管理能力、拓展创新思维、增强团队凝聚力，实现全方面的成长发展。



开营仪式



小组讨论



热浪项目

2024 年，微博继续开展热浪培养项目，扩大管理人才储备池。通过提前识别潜在的高级管理层候选人，培养和储备优秀后备人才，保证管理层的连续性和稳定性。项目设置销售体验、拥抱用户、大 V 访谈、测评与定制课程等环节，有效提升了相关员工的管理能力和团队协作能力。



领导力课程



大 V 访谈现场

专业技能培训

为适应业务快速发展，微博针对技术、产品、销售等专业序列员工，量身打造职业发展路径，提供清晰的成长规划与配套学习资源。同时，公司定期组织多元化的技能分享与交流活动，为员工职业进阶提供全方位支持，助力其实现专业能力的持续提升。

第三方联合培养

微博高度重视人才多样化培养，积极与教育机构合作，通过制定联合培训计划、开展高校交流合作等方式，为公司培养优秀人才，并实现行业共赢发展。

微博技术交流活动	
技术委员会交流会	微博成立由业内顶尖的各方向技术专家组成的技术委员会，为公司提供专业决策咨询，并支持技术人才的发展。2024 年，公司举办以 AI 发展为主题的技术委员会交流会，为公司在 AI 方向的决策提供支持，并促进公司 AI 技术的应用落地。
创新大赛	2024 年，微博举办第八届创新大赛，近十分之一的员工参与其中，共计报名超 40 个项目，近 30 个项目在实际业务中落地。创新大赛不仅激发了专业人才的创新热情，孵化出大量的创新产品，还进一步强化了公司的创新氛围，为公司创新发展夯实基础。
机器学习技术沙龙 & 微博技术开放日	2024 年，微博分别召开 5 次机器学习沙龙活动和技术开放日活动，邀请业内顶级 AI 专家和各领域技术专家进行知识分享，激发了全体员工的学习热情，有效提高了公司相关技术人员知识水平。
WeCode 应用大赛	WeCode 是公司特色的 AI 辅助编程工具，通过 WeCode 应用大赛，使全体技术人员熟悉工具使用，提升了全员的编程效率。
AI 设计大赛	新浪 AI 设计平台组织年度设计大赛，帮助相关员工熟悉 AI 制图 / 视频工具，进而提升工作效率，并创造出更具吸引力和创新性的作品。

联合新东方教育开展培训，赋能公司内外

2024 年，公司强化人才培养战略，联合新东方教育机构为员工提供培训计划，借助其丰富的教育资源、前沿的教学理念与强大的师资力量，提升员工在商务英语、专业英语等方面的能力，打造精英团队。同时，公司还面向社会输出优秀课程资源，为社会人员提供优质教育服务与解决方案，驱动多方共赢发展。



星光学堂

微博打造培训评价体系，在各类培训项目结束后，针对员工表现开展调研评估、行为改变评估、长期跟踪评估和讲师评估等全方位评价与考核，通过科学、系统的评估机制，提升了培训质量，也促进了员工能力提升。

携手环球网校制定 AI 培训计划，
打造顶尖技术团队

公司与环球网校深度合作，从 AI 全员应用入手，打造长周期、多课程的 AI 培训项目。公司组建了顶尖的教研与技术团队，为员工定制精细化培训内容，帮助员工扎实掌握 AI 应用原理，让员工掌握多元场景灵活应用的 AI 实践技能。

2024 年，公司在云栖大会、“中国国际大数据产业博览会”圆桌论坛、中国计算机大会等各个外部产研大会上积极分享 AI 成果，向业界展示了微博在 AI 领域的技术实力和创新能力，进一步提升了公司的行业知名度与品牌影响力。

- AI 行业发展及微博应用
- Sora 关键技术解析
- 多模态大模型前沿技术及应用
- 大模型技术趋势及微博应用
- 超热点流量下基于 API 网关的业务高可用实践
- 微博“知微”大模型及应用

- 推荐系统遇到大模型：能力的失配与适配
- 微博大模型流程编排引擎的设计与实践
- 微博代码助手 Wecode 助力研发效率提升实践
- 新浪微博 AIGC 业务应用探索 -AIGC 应用平台助力业务提效实践
- AI 助力研发提效 -Wecode 代码助手架构实践

微博 AI 成果分享会议

此外，微博主动承担社会责任，面向社会输出大量年轻人才培养课程、技术课程和微博产品课程，例如面向全行业的社会化营销学习平台“微博商学院”，支持行业人才培养和行业发展。

4.3.2 开拓职业未来

微博以员工成长为核心，为员工量身定制多元职业发展路径。公司制定了《员工晋升管理规定》《职位体系管理办法》等内部制度，完善了员工职级晋升管理，设立了管理序列与专业序列双通道，建立了透明、公正的晋升与考核机制。员工可根据自身能力与职业规划，灵活选择适合的发展方向，实现个人与公司的共同成长。

2024 年，微博持续推进内部活水计划，通过公司内网、邮件等多种渠道为员工提供更加丰富有效的内部招聘信息，并进行专项推广、设置系列激励措施，提升员工对内部转岗和调职的认知度和积极性，助力公司实现更加优质、合理的人才配置，激发公司活力。同时，公司还提供了第三方平台供员工投递简历，积极响应员工转岗诉求。



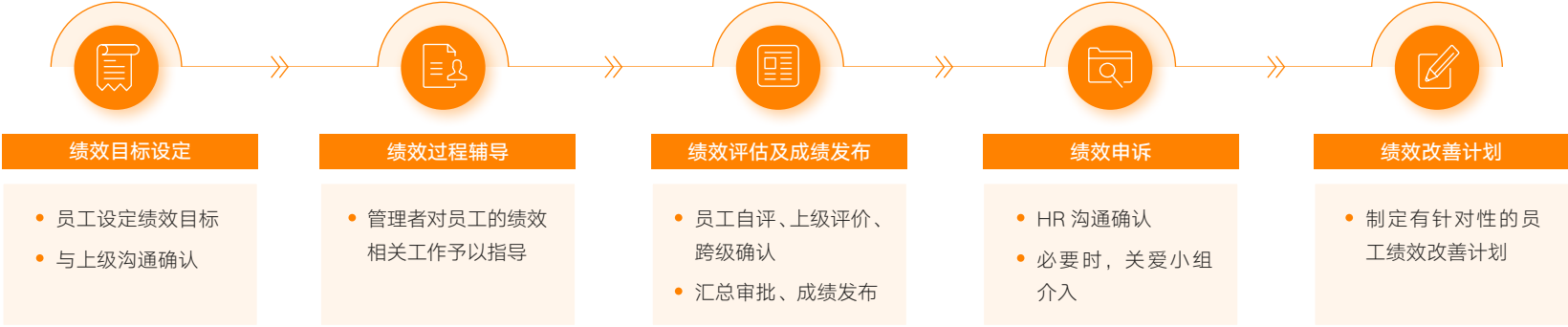
活水平台升级

绩效评估与考核

2024 年，公司在组织绩效方面做出了重大探索，成立了专门的目标管理委员会，并设定目标管理原则和议事章程，对目标的设定、核算、调整进行全面管理。公司针对重点目标进行逐层拆解，每周及双周持续跟进完成情况，并按季度向公司 CEO 汇报沟通，每个季度根据相关员工表现进行打分评价，打造了更加合理、准确、高效的公司绩效评估机制。同时，针对公司的中高层管理者，除了正常的业务考核外，24 年新增了针对其管理职责的考核，并签订相应的管理目标责任书。

针对个人绩效，公司建立了针对全体员工的 KPI 考核，以及针对战略核心项目员工的 OKR 考核，并配合积分制管理模式，实现绩效考核的个性化与精准化。公司制定的《绩效管理制度》中规定，针对不同职能和不同人群采用灵活的考核周期，以季度为主，并结合半年度和年度评估考核。

微博建立了全面的绩效评估体系，涵盖目标设定、过程指导、评估反馈及改进提升等环节，并将个人绩效与奖金、调薪及长期激励紧密挂钩，确保员工表现得到客观评价与有效激励。2024 年，公司将绩效评估引入培训项目，在每个培训项目结束后针对全体员工（包括外包和兼职）进行评估反馈。



绩效评估流程

微博推行员工持股计划，面向多个职级（非高管）员工授予限制性股票、期权或业绩股票等长期激励，并每年根据整体业绩、个人绩效及岗位贡献，对已授予的激励进行回顾，适时追加新的激励，确保员工与公司共同成长，实现双赢。



05

绿色发展

2024 年，全球范围气候变化问题日益严峻，各国政府、国际组织和社会各界逐步达成应对气候变化的全球共识。微博作为互联网行业领军企业，推动自身绿色运营的同时，积极向大众传播生态文明理念、倡导绿色生活方式，提升公众环保意识，推动全球气候治理进程。

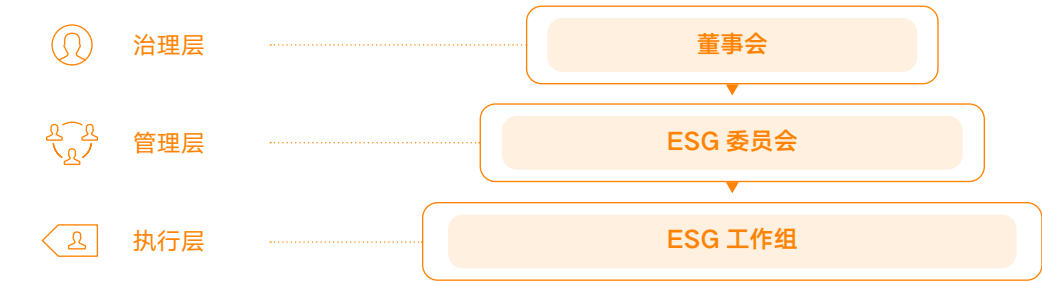


5.1 应对气候变化

微博遵循气候相关财务信息披露工作组（TCFD）的指导原则，完善气候变化风险识别、评估与管理工作，积极承担应对气候变化的企业责任，全力推进公司绿色低碳转型。

治理

微博建立气候变化治理架构，董事会为监督和指导公司气候变化相关工作的最高治理架构，负责把控应对气候变化的战略方向。ESG 委员会作为管理层，推动完善气候变化管理政策及机制。ESG 工作组作为执行层，协同配合开展气候变化风险识别、评估等相关工作，形成强大合力，保障公司高效应对气候变化风险，强化公司气候风险应对韧性。



微博 ESG 治理架构

战略

微博制定了清晰的低碳发展战略，将碳减排目标纳入公司整体发展规划，通过优化业务布局、推动数据中心可持续选址和运营、大力发展清洁能源使用等方式，减少公司重点业务的碳排放。在日常办公阶段，公司深度融入绿色办公理念，持续加大节能技术应用、推动绿色建筑运营，减少公司碳足迹。

2025 年初，中国互联网协会、中国信息通信研究院联合发布了《中国互联网产业绿色算力发展倡议》（倡议），公司作为首批加入倡议活动的互联网企业，未来将进一步响应倡议内容，以强化绿色算力为抓手，推动公司自身低碳转型，并与同行伙伴共同探索互联网产业绿色算力发展新模式、新路径。

此外，公司充分发挥社交平台媒体属性，积极推广气候变化应对、绿色低碳发展等环保项目，提升公众环保意识，与各方携手，为实现全球气候目标贡献力量。



风险管理

微博深入剖析并评估气候变化风险与机遇，并针对性制定气候变化管理战略及应对举措：

风险类型	风险描述	应对举措
转型风险	政策和法律风险	日益严格的碳排放披露要求和合规排放标准 跟踪并研究最新碳排放合规政策与法规要求，密切关注自身碳排放水平，根据法规要求调整公司气候战略及减排规划。 完善绿色运营机制，遵循绿色建筑相关要求，获得 LEED 运营阶段证书。
	技术风险	低碳节能技术研发与转型趋势 响应“东数西算”工程，在张家口等地区建设更绿色低碳的新型智算数据中心，持续清退老旧机房，开展虚拟化推广工作。 数据中心应用蒸发冷却、直流供电、分布式供电系统等先进节能技术，降低能源消耗。
	市场风险	消费者对低碳环保理念的认可和偏好 发起 # 做自然的朋友 #、# 全国生态日 # 等环保主题 IP 活动，积极宣传环保、生态理念，与用户共同探索生态保护的多种可能性。
		绿色采购趋势与相应成本上涨 强化绿色采购标准，积极寻找可持续供应的绿色产品，打造低碳供应链。

风险类型	风险描述	应对举措
转型风险	声誉风险	利益相关方对公司气候应对和环境管理表现的关注 加强气候相关信息披露的全面性和准确性，持续披露范畴一、二、三的碳排放数据和减排目标，展示公司应对气候变化的行动和决心。 增加与利益相关方的沟通，持续收集监管机构、投资者等利益相关方对公司环境管理的意见或建议。
物理风险	急性风险	台风、洪水、干旱、高温和寒冷等极端天气事件 加强基础设施抗灾能力，针对可能出现的气候风险完善应急预案。 数据中心选址时考虑气候因素，分散数据中心布局，同时定期评估设施适应性。
	慢性风险	持续高温情况及水资源匮乏相关挑战 使用高效空调系统精准调控室内温度以减轻外部天气变化对公司的影响。 回收利用直饮水废水及雨水，使用再生水，增加水资源循环利用效率。

指标及目标

微博积极推进温室气体排放盘查，优化碳排放数据管理，设立碳减排目标。公司通过强化资源管理、提升能源利用效率、推广可再生能源等多举措并行，将节能减排理念深度融入日常运营的各个环节，切实减少温室气体排放，推动公司绿色、可持续发展。

自 2021 年首次发布 ESG 报告以来，微博一直在积极推进降低碳排放，2022-2023 连续两年设置碳减排 15% 的目标并超额完成，2024 年范畴三相比 2021 年的范畴三碳排放降低

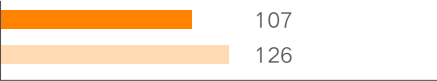
39%。

2024 年，微博启动了服务器总量占比达 48% 的设备搬迁工作，预计于 2025 年上半年全面完成。由于搬迁过程中需调配中转资源，存在新老机房并行情况。在此背景下，2024 年，微博设置范围三温室气体排放较 2023 年排放量降低 10% 的减排目标。经实际测算，截至 2024 年 12 月 31 日，范围三温室气体排放量较 2023 年已降低超

10%，超额达成减排目标。

关键绩效指标

温室气体排放（范畴一）



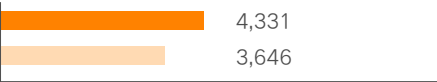
单位：吨二氧化碳当量

温室气体排放（范畴二）



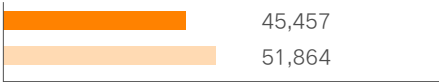
单位：吨二氧化碳当量

温室气体排放（范畴三）- 购买的商品和服务²⁰



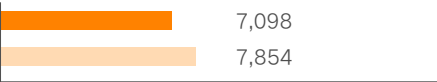
单位：吨二氧化碳当量

温室气体排放（范畴三）- 租用资产²¹



单位：吨二氧化碳当量

温室气体排放（范畴一 + 范畴二）



单位：吨二氧化碳当量

温室气体排放密度（范畴一 + 范畴二）



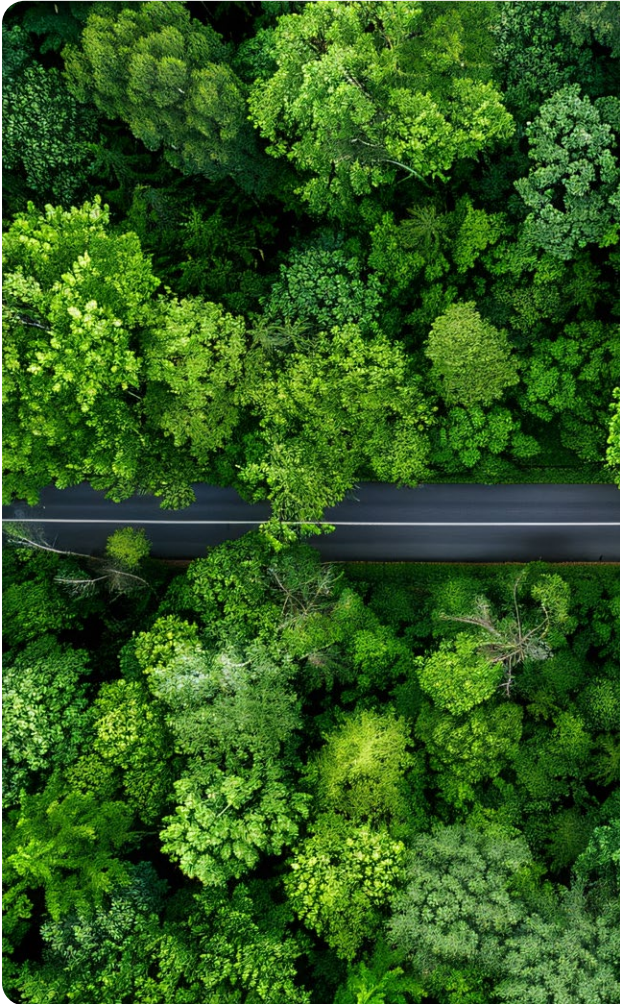
单位：吨二氧化碳当量 / 百万元美元总收入

温室气体排放范畴一、二、三数据

2024 年数据 2023 年数据

²⁰ 温室气体排放（范畴三）- 购买的商品和服务主要来源于服务器生产环节产生的碳排放，温室气体排放量的来源为服务器供应商提供的生产排放数据。

²¹ 温室气体排放（范畴三）- 租用资产主要来源于租赁数据中心及公有云服务器的电力使用相关排放。温室气体排放量的计算参照生态环境部 2024 年 4 月最新发布的《生态环境部、国家统计局关于发布 2021 年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电力平均二氧化碳排放因子为 0.5568kgCO₂/kWh。



5.2 坚持绿色运营

微博将绿色运营融入核心发展战略，通过技术创新和科学管理提升运营能效，推动数据中心、日常办公及供应链节能减排，为构建绿色未来贡献力量。

5.2.1 绿色数据中心

微博始终以打造高效节能的数据中心为目标，完善数据中心选址、建设、运营、更新的全生命周期绿色准则，以减少数据中心运营过程中产生的碳排放。2024 年，公司根据《数据中心管理制度》规定，设置数据中心规划小组，以实现数据中心高效规划、运营与管理，并将数据中心相关绿色指标，如降低数据中心碳排放水平、提升绿电机房服务器承载比率等直接纳入相关负责人的年度绩效考核之中，加速公司绿色数据中心建设与转型。

本年度，公司京津冀地区的两个数据中心获得中国质量认证中心（CQC）颁发的 A 级数据中心等级证书，以及 DC-Tech 数据中心绿色等级设计类 4A 级认证。



数据中心证书

微博坚持构建数据中心绿色高效节能体系，采取多样化节能降耗举措。2024 年，公司整体自建机房光伏发电比例有较大提升，可再生能源占比约为 17.5%，平均 PUE 不超过 1.35。新浪大厦内部机房共计购买 1,000 兆瓦时绿电，约占机房总耗电的 50%。

可持续选址

为加速实现碳减排目标，微博在数据中心选址评估中引入绿色节能指标，涵盖绿电比例、PUE 值及节能技术等关键要素，占总评分的 10%。公司明确要求新数据中心的绿电比例不低于 50%，PUE 值控制在 1.35 以下，并在满足基础条件的前提下，优先选择表现更优的选址方案，以推动绿色数据中心的建设与运营。

2024 年公司继续推进“东数西算”枢纽节点数据中心布局，在国家“东数西算”枢纽节点张家口建设机房，京津冀的两个数据中心设计 PUE 均为 1.2，其中绿电比例为 50%。



绿色电力交易证书

截至报告期末，京津冀两个绿电数据中心²²的服务器数量占公司比例已达 20%。

- 京津冀的两个数据中心设计 PUE 均为

1.2

其中绿电比例为

50%

²² 2024 年，微博启动服务器总量占比达 48% 的设备搬迁工作，预计于 2025 年上半年全面完成。

虚拟化推广

2024 年，微博持续开展针对旧有物理服务器的替换工作，扩大虚拟化程度，通过将高耗能低运行效率的旧有服务器替换成私有化云虚拟机，提高数据中心的整体运营效率，实现快速部署、弹性扩展和绿色节能。截至 2024 年 12 月 31 日，微博通过自研私有化云平台交付，降低部署约 2,700 台低频服务器，较传统模式年均节约约 530 万度，折合降低二氧化碳排放量约 2,900 吨。

此外，虚拟化推广亦促进了 ARM 架构部署及 AMD CPU 使用，较传统模式年均节约 170 万度，折合降低二氧化碳排放约 960 吨。此外，微博通过资源整合完成约 5,800 台老旧低能效服务器退库，共计年均节电 1,120 万度，折合降低二氧化碳排放量约 6,230 吨。

2024 年虚拟化推广工作，折合降低二氧化碳排放量约

10,090²³ 吨

²³ 计算方法：10,090=2,900+960+6,230

服务器与业务迁移

2024 年，公司已完成华南地区数据中心选址，并陆续开展搬迁工作。华南数据中心设计 PUE 为 1.25，通过购买绿证抵扣碳排放比例为 50%，预计未来机房完成整体搬迁后，较原机房碳排放量降低至少 60%。通过逐年将老旧机房搬迁至高效数据中心的方式，未来几年公司将有效降低碳排放。

绿色节能技术应用

微博将数据中心节能视作公司减排的关键环节，积极应用蒸发冷却、背板热管、直流供电、分布式供电系统等先进节能技术，显著降低服务器运行能耗，推动数据中心绿色高效运营。2024 年，公司推动《虚拟化云存储效能优化项目》，利用动态调节、压缩等技术提升存储利用率，减少磁盘需求，降低能源消耗。

5.2.2 绿色办公

微博将绿色办公理念深度融入日常运营，通过节能技术应用、持续提升能源利用效率等方式减少公司环境足迹。我们积极推广低碳实践，从节能设备应用到废弃物规范化管理，全方位践行环保责任。

2024 年，微博总部新浪大厦在已有的建造阶段 LEED 铂金级绿色建筑认证基础上，进一步完善绿色运营管理，获得运营阶段 LEED 铂金级绿色建筑认证证书，标志着公司总部大厦从建筑设计、施工到运营管理全生命周期阶段均严格遵循绿色建筑及可持续发展理念，为行业树立了绿色运营的新标杆。



LEED 运营阶段铂金级证书

能源与资源使用管理

公司积极响应国家循环经济战略，结合自身降本增效政策，于 2023 年制定了《旧电脑利旧使用》政策，并向各业务使用部门进行宣讲，有效提高了设备循环利用率。2023 年累计使用旧设备 800 余台，2024 年累计使用旧设备 400 余台，共计节省采购成本达 700 万以上，实现了环境效益和经济效益的双赢。

减少
能源使用

- 地下车库原荧光灯管替换为微波灯管，办公区逐步替换为 LED 节能灯管
- 在周末、节假日关闭直饮水机的加热功能，冬季关闭制冷功能
- 由楼控软件统一控制空调系统，夏季检查窗户开启状态
- IDC 核心机房温度调整，增加设备使用寿命并实现节能效果
- 加强照明等能源使用的巡视管理，由专人检查办公区大功率的用电设备运行情况
- 充分利用屋顶面积安装分布式光伏发电设备，装机容量达 598 千瓦，年发电量约 494 兆瓦时²⁴

减少
资源浪费

- 办公桌椅、文件柜重复利用
- 充分利用网络资源，采用线上会议模式
- 部署电子签系统、新版打印系统，积极推广双面打印

推动
绿色出行

- 增加电动车充电桩 322 个，为绿色出行员工提供保障
- 提供各类停放车位，包括电动自行车停车区、自行车停车库、通勤班车、滑板车 / 平衡车 / 独轮车停放区等

水资源管理

微博通过多元化节水举措，有效降低水资源消耗，推动水资源的高效、循环利用。2024 年，公司根据《北京市节水条例》《北京市非居民用水户计划用水和定额管理暂行办法》相关规定，设置较 2023 年降低 8% 的节水目标，并通过购买再生水等方式减少新鲜水资源使用，截至报告期末节水目标节超率达 9%。

管理优化

- 设置餐厅节水监督员，监督和督促节水节电，并增加节水提示牌
- 天津办公室加强巡检，发现漏水现象及时报修
- 广州办公室洗手间更换感应水龙头，减少不必要浪费

回收利用

- 饮水机废水回收
- 热力站超压排水回收
- 人工灌溉绿化场地，喷泉水池中水运行
- 雨水回收利用

²⁴ 按微博分摊比例 86.24% 计算，微博用电量为 426,353 千瓦时。

废弃物管理

微博严格执行国家及地区污染物排放法规，制定《垃圾分类制度》，对废水、废气和固废污染物的处置方式、工作程序均做出明确规定，严格遵循标准处理。2024 年，公司直接与危废物处理单位签订合同，保证危险废弃物合规处置。



废水

- 大厦生活污水经市政污水管道进入再生水厂
- 厨房含油废水经隔油池处理达标后排入公共污水处理系统
- 黑水统一排入化粪池处理

废气

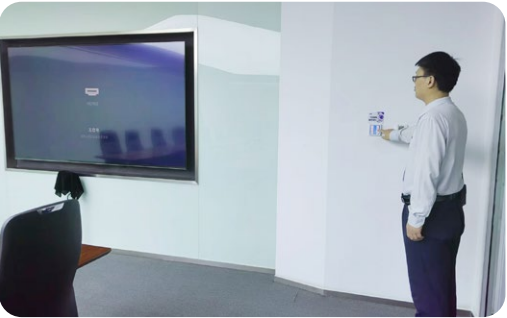
- 厨房油烟废气经 UV 光氧化设备及静电式过滤器处理，油烟排气管道已安装在线监控设备并与海淀区生态环保局联网

固废

- 所有固体废弃物均按类别交由第三方专业公司处理
- 减少厨余垃圾：开展光盘行动活动，为员工提供光盘小礼物，并要求食堂入住的服务商实行节能减废项目
- 减少办公垃圾：循环利用电池和其他办公配件，回收饮料瓶和纸箱等可循环利用垃圾，采购 LED 节能照明灯具以减少卤素灯管使用

推广节能环保理念

微博通过多种举措提升全员环保意识，包括定期向全体员工发布《节能降耗倡议书》、在办公区域张贴节能提示、及时关闭用电设备和饮水机等。公司上海办公室每半年举办节能减排宣讲，倡导低碳办公；杭州办公室则推行绿色办公理念，发布禁烟倡议并设置电池回收箱，鼓励使用充电电池，减少有害废弃物，共同践行可持续发展。



关闭无人区用电设备



及时关闭饮水机



倡导使用自然光



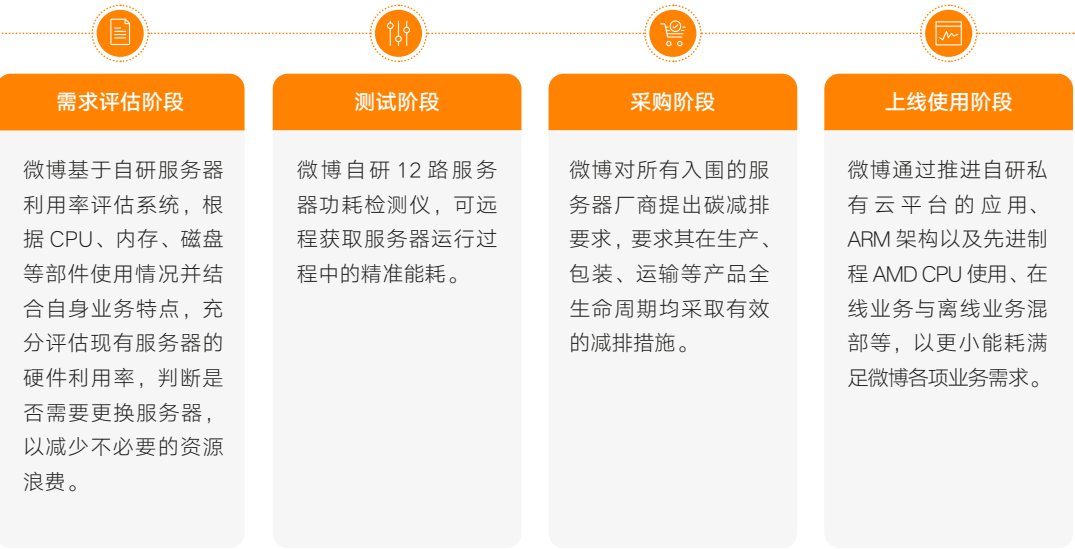
整理检查用电设备

5.2.3 绿色采购

微博践行绿色采购理念，持续强化公司绿色采购要求，将资源节约、环境保护等要求延续至上游供应商，推动绿色供应链建设。

绿色产品采购

微博在采购大型设备时，要求供应商提供服务器环保节能认证、全生命周期评估报告及温室气体核查证书，从生产、运输到包装全方位推动供应链低碳转型。公司在服务器采购与使用的全流程中，始终贯彻绿色低碳理念，实现供应链可持续发展目标。



服务器环保及节能认证证书

公司要求办公产品（打印机、笔记本电脑、家电等）供应商提供节能认证、绿色产品认证标识，优先选择更加低碳环保的供应商产品。

优化物流运输

在物流运输阶段，公司通过告知供应商收货及安装地址等方式，方便供应商就近选择生产工厂并一次性送达指定位置，降低物流中转次数，减少运输过程中的能源消耗和温室气体排放。



5.3 传播环保理念

作为国内领先的社交媒体平台，微博正成为众多环保公益机构对外发声的首选渠道，基于庞大的用户基础和高活跃的用户社区，以及图文、视频等多样化的展示方式和话题热搜机制，微博助推环保公益声量获得爆炸式增长。

放大公益之声，拓宽生态文明传播场域

微博充分发挥平台影响力，开展多样化的环保主题活动与科普教育，引导社会关注生态保护，提升全民绿色意识，推动人与自然和谐共生。



做自然的朋友 # 系列活动 -- 胡杨林线下探访、走进哀牢山

聚焦国家生态文明建设和环保理念宣传，微博联合环保公益机构、媒体等社会各界力量共同打造 # 做自然的朋友 # IP 活动，通过线上话题策划、线下的实地探访、招募“大自然合伙人”等形式，开展各类环保主题活动，截至报告期末，话题累计阅读量超过 60 亿，讨论量超过 4,500 万。

- 2024 年 10 月，神秘的哀牢山引发了众多网友的好奇与热议，为了帮助公众科学深入地认识哀牢山，@ 微博环保 联合 @ 微博政务 发起 # 走进哀牢山神秘生物世界 # 活动，联合 10 余家环保机构、专家大 V 深入解读哀牢山自然保护区划分、珍稀动植物等关键信息，拓展了公众对哀牢山生物多样性的认知广度与深度，掀起了一股关注哀牢山自然生态的热潮。
- 2024 年 11 月，微博联合 @ 中国绿化基金会等机构发起 # 我有一片胡杨林 # 活动，实地探访见证胡杨林保护修复成效，分享胡杨美景和胡杨科普，增强公众对胡杨林生态系统的认知，引导全民参与“我有一片胡杨林”公益项目，助力生态文明建设。



做自然的朋友 # 实地探访主题活动

微博微公益加入“一网无弃伙伴计划”

2024 年 9 月至 11 月，围绕海洋保护微纪录片《一网无弃》官宣，@野生救援 WildAid 联合 @微公益 @微博纪录片 @微博环保 发起 #一网无弃我来助力# 话题活动，针对海洋废旧渔具和“幽灵渔网”问题解决展开联合传播，推动更多网友一起守护海洋生态。

微博 @微公益加入“一网无弃伙伴计划”，与野生救援等伙伴成员一道为《中国废旧渔具减量化能力建设、减量化措施和绿色再生利用方案》提供支持，力争实现“在 10 年内使中国近岸的幽灵渔网减少 50%，废旧渔具丢弃量减少 80%”的目标。



“一网无弃伙伴计划”活动

链接社会资源，焕发各圈层辐射力

除了强大的传播能力外，微博更拥有丰富的明星、电竞、专家大 V、名企等社会爱心资源。通过微博平台的链接能力，帮助环保公益机构、环保官微等进一步提升影响力。

六五环境日 # 在微博感受生态文明的力量

在第 53 个世界环境日，微博携手 @生态环境部、@联合国环境规划署 联合发起 #六五环境日#、#恢复一代# 系列主题活动，联合 @生态环境部、@WWF 世界自然基金会 等环保领域机构在微博开展主题直播，围绕全面推进美丽中国建设、海洋生态保护等方向发出倡议。@联合国环境规划署 携手多位明星及粉丝团强势加入，发起 #恢复一代# 亮点话题，发挥榜样力量带动粉丝共同重视生态保护。



恢复一代 # 主题活动

8.15 全国生态日，感受自然之美，共护绿水青山

在第二个全国生态日，微博携手 @自然资源部 发起 #生态日看自然# 话题活动，设置 #从生态看生产全是故事感# 等亮点话题，聚焦“加快经济社会发展全面绿色转型”主题思想，呼吁网友一同关注美丽中国建设。活动期间，#生态日看自然# 上榜热搜 10 位，话题阅读量高达 2.2 亿+，在微博充分营造保护生态环境氛围。



全国生态日主题活动



6.25# 全国土地日 # 一人一句为耕地发声

在第 34 个 # 全国土地日 # 之际，微博发起 # 一人一句为耕地发声 # 系列活动，联合 @ 阿拉善 SEE 公益机构 等超百家政务公益机构集体发声，分享土地资源使用情况，倡导土地永续利用。活动总阅读量高达 3 亿，多个话题上榜热搜，带领网友共同关注土地保护。



全国土地日 # 主题活动

开辟多元模式，激发环保事业的持续动力

通过促进信息共享、增强社会互动、优化资源配置和建立信任机制，微博不断激发环保公益领域的创新活力，孕育出一系列创新的环保公益模式。



“巡护员之声”影像计划

世界自然基金会发起“巡护员之声”影像计划，通过对一线巡护员们进行图文编辑、视频拍摄剪辑等方面的培训，并在微博开设“巡护员之声”专栏，帮助野外工作者们用文字、照片或视频向公众分享生态保护的一线故事。

截至 2024 年 8 月，共 11 位巡护员、4 位野生动物摄影师受邀入驻微博，半年内巡护员之声”的话题总浏览量达到 7,434 万，讨论量 159 万，“保护区野外巡护”内容突破各个圈层，受到广泛关注。



“巡护员之声”影像计划



招募“大自然合伙人”

2024 年，微博积极邀请环保领域专家学者、科普大 V、一线巡护员等各界人士加入成为“大自然合伙人”，通过图文、视频、直播等形式，在微博分享生态环境保护、野生动物保护观点内容，通过多方视角宣传生态环保理念，提高大众环保意识。他们在国际雪豹日，哀牢山、东北虎进村伤人等节点及社会热点事件中积极发声，凝聚专业之力，守护自然之美。



“大自然合伙人”招募活动

06

社会价值

微博作为多用户群体的互联网平台，坚持履行社会责任，关注社会问题，通过平台传播社会热点、支持公益慈善，助力社会和谐，实现可持续发展。



6.1 践行社会公益

自 2012 年推出微公益平台，微博通过平台开发社会新公益模式，推动社会公益实践。2024 年，公司结合新修订的《中华人民共和国慈善法》相关法律规定，对《微公益平台操作手册》等相关制度文件进行更新完善，调整新上线项目的审核标准，确保所有项目均符合法规要求，制定了项目募捐方案模板及项目上线要求，提高公益透明度。

截至报告期末，微公益平台已支持上线 24,000 多个公益项目，吸引了超 5,100 万次网友捐赠，总额超过 7.6 亿元人民币。

审核流程

- 建立多人审核机制，避免单一审核员判断误差和风险，提高审核准确性。

项目审核

- 严格审核项目方案，并强化公募机构审核责任，形成审核 - 沟通 - 反馈机制，以减少项目风险。

规范整改

- 新项目严审上线，既有项目分阶段盘查、审核，又有风险问题要求整改，整改无效则暂停筹款或下线，保障项目规范性处理。

进展披露和审核

- 依据法律规定，平台定期披露项目情况，加强进展反馈的审核，长期项目至少每季披露，短期救灾项目每五日进行一次公开，长期项目按备案号时长筹款，以减少风险。

后台功能升级改造

- 上线后台进展披露提醒功能：利用技术工具，对平台上未及时更新进展的项目进行提醒，督促项目团队及时更新，确保捐赠者能够第一时间了解项目动态。
- 增加财务披露入口，机构按照要求进行财务披露，保障资金流向清晰，提升项目资金的公开透明度。



微博始终坚守“人人公益，全民参与”的慈善理念，于 2024 年如期举办每年一度的“人人公益节”，通过多元化的公益创新活动，号召用户参与人人公益，贡献自己的一份力量。



微博微公益平台

冰桶挑战

“冰桶挑战”十周年，微博独家联合 @ 病痛挑战基金会 发起 # 冰桶挑战十周年 # 主题活动，将“渐冻症”等罕见病群体再次带入了公众视野。众多明星等公众人物纷纷响应，以全新的方式表达对罕见病患者的关爱与支持。



2024 “人人公益节”活动

《We Talk 公益》

2024 年，微博推出首档公益讲述类栏目《We Talk 公益》，通过讲述公益人物故事，传递正能量与社会温情。



汇聚多元影响力主体

邀请 400+ 明星、100+ 体育电竞选手、1 万+ 大 V、50+ 爱心企业为公益发声，共号召 135 万+ 网友参与公益好柿任务，在微博一起做好事，深度传播公益节新玩法。



久久做好柿 # IP 活动

微公益与腾讯公益携手共进，突破平台边界，以 # 久久做好柿 # IP 活动为纽带，汇聚名人明星之力深入公益一线，引导大众投身公益。此话题总阅读量 2 亿+，话题总讨论量 951 万+，话题总互动量 1,483 万+，原创量 9.3 万+，彰显了互联网公益平台合作共赢、共生共荣的协作理念，为公益事业注入强大合力。



好“柿”时光机

通过做任务得“好柿”，人人可以进行“好柿”捐赠，助力公益项目，并借助好“柿”时光机丰富公益议题，用趣味玩法，让人人可参与到公益中。



微博公益展

以画作表现公益主张，引导更多人了解公益、参与公益、传播公益。



微博自 2007 年起，通过“扬帆计划”平台，开展了包括学校援建、学生帮扶等一系列公益活动，改善经济欠发达地区的教育生态。2024 年，微博借助“扬帆计划”平台开展了“科技女生赋能计划”“今天我读书吧”“乡村美术老师千人种子公益培训”等公益项目，全方位助力乡村教育发展。

科技女生赋能计划

2024 年 3 月，思源·新浪扬帆公益基金与欧莱雅中国联合推出“科技女生赋能计划”，项目以“一代耀一代”为主题，为中学女生打造与女科学家近距离交流的平台，点亮更多女生的科学梦想，激励她们坚定学习科学，传承科学家精神，在未来为中国科技创新贡献女性力量。



即刻扬帆应急队伍能力建设培训

2024 年 4 月与 5 月，“即刻扬帆”能力建设培训（火灾模拟逃生屋专题）在阿里巴巴公益平台、腾讯公益爱心网友及社会大众的支持下共计开展了两场培训，共惠及受益讲师 60 余人。截至 2024 年 12 月 10 日，已为 320 所中小学成功举办了 300 多场火灾模拟逃生屋专题消防实践安全教育活动。



即刻扬帆紧急救灾

2024 年，扬帆计划携手 104 家政府单位、公益机构、一线救援团队积极参与青海海东、甘肃积石山的灾后重建工作，并为夏季洪灾、新疆阿克苏地震救援以及涿州水灾的灾后重建提供援助，共覆盖了 14 个省份的 24 个县。



2024 年“扬帆计划”活动

扬帆 e+ 公益夏令营

2024 年，第十六届扬帆 e+ 公益夏令营在 13 个省份（北京、河北、湖北、湖南、云南、山东、广西、甘肃、四川、江苏、江西、广东、贵州）设立了 17 个营地。该项目旨在搭建城乡孩子及家庭沟通交流的平台，让大家在相对艰苦的环境中相互学习、互帮互助、共同成长。据统计，累计直接受益人数达 1,164 人（含志愿者、讲师等）。



扬帆艺体素质提升计划

2024 年，扬帆计划继续深入推动美育项目的实施，坚守着“艺术培养，开启智慧之窗”的初心，专注于乡村学校的艺术教育，通过美育物资支持、艺术课堂和教师培训，帮助乡村孩子和教师走进艺术的世界。其中扬帆乡村美育教师培训项目覆盖了安徽、甘肃、广西等 16 个省份，直接受益教师 89 位，参培教师在美育理念和教学能力方面均实现了显著提升。



“暖心悦集 筑家助童”主题慈善拍卖会与公益集市

2024 年，扬帆计划与美克美家携手开展“慈善拍卖 筑家助童”公益项目，创新性地通过旧家具回收与拍卖筹集善款，为乡村孩子们搭建艺术教育的桥梁。历经六个多月，来自全国七座城市的 300 多位爱心会员通过慈善拍卖积极参与，100 多件善品筹集的善款为乡村学校注入了新生力量，这一份爱与温暖送往全国 14 所乡村学校。



在公司内部，员工志愿者们积极投身于各类公益服务活动，他们用实际行动诠释着奉献与担当。这些数据背后，是公司员工志愿者们无私付出的真实写照，217 名员工志愿者参与其中，累计服务时长达到了 1,018 小时。

微博 2024 年度员工志愿者服务情况

员工志愿者参与人数 员工志愿者累计服务总时长

217 人 1,018 小时

6.2 社会化协作网络

微博依托平台特性建立用户广泛、信息交互及时的社会化协作网络。在应对疫情、洪水、地震等紧急事件时，通过社会化协作网络迅速完成信息传递，实现多方力量的快速响应与协同作业，形成集宣传、行动与资源动员于一体的综合应急响应机制。

6.2.1 应急救灾

在自然灾害发生时，微博迅速响应，联动多方资源，发布预警信息、互助指南及救援动态，以平台为载体进行科普解读，精准回应公众关切，有效助力防灾减灾工作。2024年，面对台风、暴雨等自然灾害，微博充分利用其优势，迅速开通线上求助专区，并展开线下救助行动，有效支持应急救灾工作。本年度，累计开展应急救灾项目 74 个，总筹款近 186 万元，超 10 万人次参与了捐赠。

本年度



海南台风，助力海南灾后复工复产

2024 年 9 月，台风“摩羯”与“苏力”相继登陆海南，微博迅速响应，联动政务官微及行业账号，发布救援进展、天气预警及交通动态，同时发起话题活动为海南加油鼓劲。其中，60 余政务官微、媒体、大 V 参与，相关话题阅读量新增超 3,300 万。此外，@ 微公益 携手公益组织上线救援项目，筹集并迅速输送救援物资，彰显社会各界在危难时刻的团结与责任。

权威发布

致全省人民的一封信

海南发布

9-8 18:08 来自 @HainanWeibo

【#海南发布致全省人民的一封信#】9月8日，中共海南省委、海南省人民政府发布《致全省人民的一封信》，倡议全省广大人民和社会各界积极参与志愿服务，主动参与抢险救灾、环境维护、应急救援、生产自救、灾后恢复重建等服务中去，尽己所能，守望相助，共渡时艰，齐心协力建设更加美好的家园。全文内容如下↓↓↓ [点击查看](#)

信慧慧

海南发布致全省人民的一封信 亲爱的父老乡亲们，我一直密切关注台风“摩羯”给海南带来的影响。在此，我愿与更多人民共赴共渡难关。希望大家平安无事。我们也将继续携手海南相关部门，希望能为灾区人民提供援助，让我们齐心协力，共同重建美好家园。#信慧慧为海南加油# 24-9-9 19:48 转发 6,371

信慧慧 Betty

海南发布致全省人民的一封信 守望相助，共渡时艰。让我们齐心协力建设更加美好的家园！#信慧慧为海南加油# 24-9-10 10:18 转发 4,871

信慧慧 Betty

海南发布致全省人民的一封信 守望相助，共渡时艰。我们也将继续携手海南相关部门，正在积极联系相关部门对接，希望能为灾区的父老乡亲们解决一些当下急需的物资问题。我们一定让重建家园的小心愿。#信慧慧为海南加油# 24-9-9 18:15 转发 3,571

信慧慧 Betty

海南发布致全省人民的一封信 守望相助，共渡时艰。我们也将继续携手海南相关部门，正在积极联系相关部门对接，希望能为灾区的父老乡亲们解决一些当下急需的物资问题。我们一定让重建家园的小心愿。#信慧慧为海南加油# 24-9-9 20:37 转发 34

信慧慧 Betty

海南发布致全省人民的一封信 守望相助，共渡时艰。我们也将继续携手海南相关部门，正在积极联系相关部门对接，希望能为灾区的父老乡亲们解决一些当下急需的物资问题。我们一定让重建家园的小心愿。#信慧慧为海南加油# 24-9-10 00:18 转发 813

微公益

大家来救援：海南台风灾后复工复产

微公益

首页 短期项目 长期项目 转发求助 微拍卖

微公益 > 短期项目 > 18日详情

救援海南台风

为台风灾害受灾群众提供应急救援保障物资

已筹款(元) 21,422.59 捐赠人次 797 公众筹款目标 1,870,000 (元)

善款接收：北京红十字基金会

项目已结束

驰援海南台风公益募捐

南方暴雨洞庭湖决口，线上线下同频展开抢险救灾工作

2024 年 7 月以来，湖南、重庆、北京、山东等地及我国台湾岛、东南沿海受暴雨和台风“格美”影响，引发洪涝和地质灾害。政务微博快速响应，发布防汛信息，建立互助通道，联动多部门发布预警等，关注受灾情况，联动 @ 北京发布 @ 湖南消防 @ 厦门天气在线 @ 北京恒善公益基金会 等 100+ 政务微博、媒体、公益机构、救援队发布一线救援进展，并通过直播等形式科普，回应网友，直播观看超 210 万人次。



官方媒体发布应急抢险救灾信息

6.2.2 社会关爱

微博时刻关注用户心理健康，并在预防自杀领域积极行动，通过多项举措守护用户的生命安全与心理健康。微博设立了防自杀上报团队，通过社会化协作网络，监控可能发生的自杀倾向信息，及时与社会各方组成救援链条，成功避免多起自杀事件。2024 年，微博日均监测相关信息 130,902 条，全年共上报疑似自杀案例 1,285 件。

2024 年

微博日均监测相关信息

130,902 条

全年共上报疑似自杀案例

1,285 件



6.3 扶弱助困传温情

微博以切实的实际行动积极践行社会责任，用心帮扶弱势群体，从生活保障到心灵慰藉，传递温暖希望，暖心关怀困境人群，借多元举措与广泛资源助力美好社会。

6.3.1 帮扶弱势群体

微博积极倡导并投身于对弱势群体的帮扶行动中，2024 年持续开展 # 守护乡村孩子的梦想 # 和 # 微博春日读书会 # 公益活动，为需要帮助的人群带去了实质性的援助与温暖，实现社会价值。



六一国际儿童节 # 大朋友请回答 # 活动

六一儿童节期间，微博发起 # 守护乡村孩子的梦想 # 公益活动，通过 # 大朋友请回答 # 话题，邀请明星、专家、大 V 及电竞选手等参与，携手多家公益基金会和多领域账号，共同解答乡村孩子的成长困惑，传递爱与关怀。活动吸引了广泛用户参与，话题阅读量和讨论量分别达到 6,800 万和 137 万，有效助力儿童成长，守护乡村孩子的梦想。



助力困境儿童上学路微博开屏



微博世界读书日 # 给乡村孩子的一本好书

2024 年 4 月 23 日是世界读书日，微公益携手微博图书馆及 30 余家公益机构，共同发起 # 微博春日读书会 # 系列活动，通过 # 给乡村孩子的一本好书 #、# 把故乡读给你听 # 等话题，携手 200 多位明星大 V、机构代表及粉丝团，以阅读为乡村儿童点亮梦想，助力其成长。活动话题阅读量高达 7,000 万，讨论量达 200 万，共同为乡村儿童描绘多彩世界。



微博 # 给乡村孩子的一本好书 # 活动

6.3.2 关爱困境人群

微博借助热点聚焦和社交媒体的传播力量，关注并关爱困境人群，通过发起公益话题和活动提升公众对其现状与需求的认知，推动公益理念深入人心，共同营造更加包容的社会环境。



微博世界孤独症日活动

2024 年 4 月 2 日世界孤独症日，微博发起 # 点亮星星守护你 # 话题活动，联合 20 余家公益机构及 500 多位政务官微、媒体、明星、电竞战队、大 V 等，通过分享孤独症儿童的故事与画作，呼吁社会各界关注并支持孤独症儿童，活动话题阅读量超 3.3 亿，讨论量近 560 万，有效提升了公众对孤独症群体的理解与关爱。

活动话题阅读量超

3.3 亿

讨论量近

560 万



微博世界孤独症日活动



微博《疯狂理发店》公益专场活动

2024 年 8 月，微公益联合开心麻花天津、北京新阳光慈善基金会举办《疯狂理发店》公益专场。演出所得捐给新阳光病房学校，助力白血病儿童身心健康。活动话题吸引了 1,055 万阅读和 4.2 万互动。



微博《疯狂理发店》公益专场



6.4 助力乡村振兴

微博积极响应相关政策，助力推动乡村振兴。报告期内，微博通过联动微博乡村振兴助威团等专业账号矩阵，团结微博大 V 力量，开展线上线下活动，推动乡村治理能力提升，推进乡村传统文化保护和乡村旅游宣传等。本年度，平台共发起 1,000 余个乡村振兴话题，累计阅读量超 200 亿次，讨论量逾 500 万次。



微博 # 村儿里的非遗 # 公益探访活动

微博携手 @ 中国乡村发展基金会 发起 # 村儿里的非遗 # 公益探访活动，邀请乡村振兴助威团及公益合伙人等多领域大 V 实地探访“百美村宿”标杆项目。活动覆盖河北、贵州两地村庄，通过与近 20 位非遗传承人亲密接触，推广非遗 + 乡村文旅模式，既促进了非遗技艺与文化传承，又展现了乡村美景，为乡村振兴贡献力量。



微博 # 村儿里的非遗 # 公益探访活动



微博 # 广式撑贵寻美山水 # 活动

2024 年 6 月，微博与广州市委网信办合作推出 # 广式撑贵寻美山水 # 活动，组织大 V 助威团探访贵州毕节、安顺及黔南，展示贵州旅游资源及穗黔合作成果。活动话题阅读量超 2.5 亿，其中 # 织金苗族非遗蜡染有多绝 # 话题冲上全国热搜，单条传播近 1,300 万，激发公众对贵州非遗的兴趣与讨论。



微博 # 广式撑贵寻美山水 # 活动



微博 # 你好村庄 # # 记忆里的村庄变了样儿 # 话题活动

2024 年国庆期间，微博与 @ 农民日报 联合发起 # 你好村庄 #、# 记忆里的村庄变了样儿 # 话题活动，鼓励网友分享乡村景色。活动吸引超 100 位博主参与，话题阅读总量近 10 亿。同时，@ 农民日报 发布的 # 你好村庄 # 75 周年系列视频观看量超 1,500 万。活动有效促进了乡村文化的传播与乡村形象的提升。



微博 # 你好村庄 # # 记忆里的村庄变了样儿 # 话题活动



微博全国网上年货节活动

2024 年 1 月，全国网上年货节启动。微博联合多个政务账号发起 # 城市好物节 # 之年货篇及 # 你不知道的家乡土特产 # 活动，邀网友推荐特产、共享年味。活动期间，# 你不知道的家乡土特产 # 话题阅读量超 2.4 亿，万余篇博文发布，互动量 3.5 万 +，300+ 博主贡献原创内容，成功展示特产，促进消费与文化传播。



微博全国网上年货节活动



微博 # 大国丰收没你不可 # 话题活动

2024 年 9 月，中国农民丰收节之际，@ 微博三农 联合多方共同发起 # 大国丰收没你不可 # 话题活动，邀请全网网友及百余家权威机构、媒体、专家、大 V 分享丰收喜悦与寄语，全平台话题阅读量超 15 亿，互动量近 200 万，展现了广泛的丰收庆典氛围。



微博 # 大国丰收没你不可 # 话题活动

6.5 弘扬传统文化

弘扬传统文化是维护文化多样性与民族身份的重要途径，也是促进文化传承与发展的重要环节。微博凭借快速的信息传播速度与广泛的用户覆盖，将非物质文化遗产的相关话题迅速推广至广大用户群体之中，助力文化多样性传承。

2024 年 3 月起，微博携手文旅部等多方力量发起 S 级项目 #焕新非遗计划#，汇聚非遗传承人、明星、大 V、公益机构及企业等，探索非遗传承新模式。该项目成功吸引超 100 位非遗传承人入驻，两百多位多领域大 V 成为非遗合伙人，话题阅读量超 18 亿，衍生非遗相关热搜超百条，有力推动了非物质文化遗产的传播与发展。

● 聚焦非遗策划高频丰富的线上活动

围绕节日节点策划主题活动

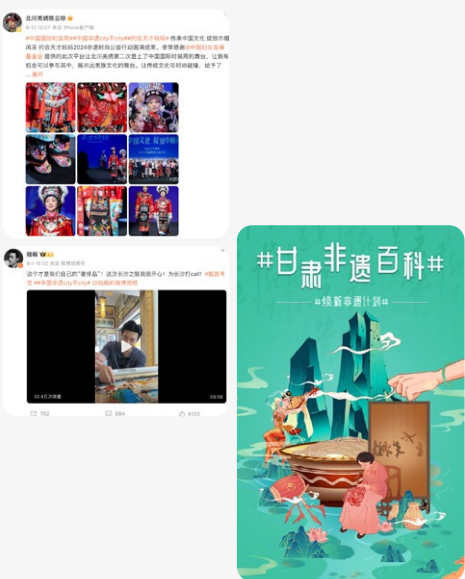
聚焦春节、文化和自然遗产日、火把节等节日，策划 #非遗过大年#、#彝族火把节已经是 next level 了# 等话题，联合文旅部门、非遗传承人及非遗合伙人，共同推动非遗文化的节日氛围与传承。



微博 #焕新非遗计划# 活动

借势热点，发起活动

紧跟全网热点，如“黑神话悟空”、甘肃文旅热及网络热梗“city 不 city”，发起 #中国超级 IP 孙悟空#、#甘肃非遗百科#、#中国非遗 city 不 city# 等话题，邀请非遗传承人、明星、文旅机构及大 V 参与，通过热点话题提升非遗文化的关注度与互动性。



持续策划长尾主题活动

定期举办非遗主题月活动，如 6 月的 #一针一线织就中国非遗# 刺绣月、8 月至 9 月的 #中国人的拿手好戏# 戏剧月，联合各地文旅局、非遗传承人及明星大 V，持续传播中国非物质文化遗产，深化公众对非遗文化的认知与兴趣。



● 利用微博多元生态，打造“非遗 + X”的跨界合作模式让非遗更出圈

非遗 + 台网：《珠帘玉幕》× 非遗

微博联合多部纪录片、电视剧，如《非遗里的中国》《珠帘玉幕》等，通过剧情中的非遗元素，发起相关话题活动，如 # 珠帘玉幕里的中国非遗 #，邀请非遗相关地区的文旅局、博物馆等发布科普内容，有效提升了非遗文化的知名度与影响力。



非遗 + 美妆：共创东方妆容

微博发起 # 把非遗复刻在脸上 # 等美妆活动，邀请美妆博主与非遗传承人共创东方妆容，如苏绣、藏族织绣等非遗技艺被巧妙融入现代妆容中，不仅展示了非遗之美，也促进了传统与现代的融合。相关话题如 # 女生让苏绣上的荷露成精了 #、# 四川嬢嬢用针线绣出了繁花 # 等，均获得了较高的关注度。



非遗 + 游戏 / 电竞：让传统与现代融合

微博与游戏、电竞领域合作，推出 # 百位非遗传承人探访计划 #，探访游戏与非遗技艺联名背后的传承人故事，同时发起 # 我为夏决选手簪花 # 等活动，借势电竞赛事，用非遗文化为电竞选手加油打 call，进一步拓宽了非遗文化的传播渠道，让传统与现代文化在碰撞中焕发新生。



● 联合多方力量发起线下活动

我在京城学非遗

微博携手 @ 青春北京 发起话题互动，邀请大 V 打卡文化创意产业园，了解榫卯文化，感受传统技艺。



微博焕新非遗盛典—天府之夜

联合四川省文旅厅在成都举办，现场会聚多方代表，颁发多项非遗荣誉，表彰在非遗领域做出突出贡献的个人与机构。盛典项目累计 26 个话题上榜热搜，话题新增阅读量达 6.8 亿，直播观看量约 3,300 万，获得 80 余家媒体及自媒体的宣传报道，充分展示了微博在非遗传承方面的价值。



● 非遗传承人入驻与合伙人大 V 加盟双扶持

非遗传承人入驻扶持

自 2024 年 3 月起，微博持续邀请非遗传承人加入 # 焕新非遗计划 #，并推出“非遗+”运营模式。凭借微博的明星、机构、品牌等丰富资源，为传承人提供线上曝光与线下合作机会。同时，通过大型线下活动为传承人颁发荣誉奖项，提升其影响力，助力非遗文化的传承与发展。



汪氏皮影传承人汪海燕

4.9万 粉丝 8 关注 1.3万 转评赞

互相关注 私信

昨日阅读数小于1000 视频累计播放量13.1万

皮影雕刻技艺代表性非遗传承人 陕西省工艺美术大师

IP属地：陕西



大理白族扎染非遗传承人张翰敏

1.5万 粉丝 412 关注 4.8万 转评赞

已关注 留言

昨日发博1, 阅读数100万+, 互动数77 视频累计播放量74.8万

大理白族扎染非遗传承人 蓝染品牌创始人

IP属地：云南

非遗合伙人大 V 加盟扶持

自 2024 年 3 月起，微博持续招募非遗合伙人，通过 # 我在数字中轴线上看非遗焕新 #、# 我在京城学非遗 # 等线下合作项目，邀约合伙人深入地方进行非遗探访，输出高质量博文内容，传播中国传统文化，同时，平台借助大型线下落地活动，为表现优异的合伙人大 V 颁发平台荣誉奖项，借助平台大 V 力量，助力非遗跨域传播。



学霸课长

495万 粉丝 1144 关注 1566.2万 转评赞

+关注 留言

2024微博旅行达人 微博跨域博主 V指数 教育 81.12分

微博乡村振兴助威团成员 微博新知博主 作者 微博公益合伙人 2023年微博年度青年影响力博主

已实名 IP属地：北京



抬头看风景nono

603.3万 粉丝 899 关注 3489.3万 转评赞

已关注 留言

旅行摄影师, 环球旅行家, 旅行/时尚撰稿人

已实名 IP属地：广西 合作机构：Realchi

内部管理制度列表

范畴	制度名称
环境	《节能降耗倡议书》
	《新浪集团数据中心管理制度》
	《新浪总部大厦垃圾分类制度》
社会	《员工手册》
	《招聘管理制度》
	《薪酬福利管理制度》
	《员工关系管理制度》
	《休假管理规定》
	《考勤管理规定》
	《平等与多元化承诺》
	《平等反歧视多元化管理规定》
	《新浪集团人权管理规定》
	《内部讲师和引导师管理手册》
	《在岗学历学位教育规定》
	《绩效管理制度》
	《绩效改善计划》
	《培训管理制度》
	《组织管理制度》
	《管培生培养管理手册》
	《新浪集团员工晋升管理规定》

范畴	制度名称
社会	《新浪集团职位体系管理办法》
	《长期激励管理规定》
	《内部推荐管理规定》
	《商业头衔管理规定》
	《信息安全管理体方方针》
	《网络安全管理制度》
	《信息安全风险管理办法》
	《安全培训制度》
	《信息安全事件定级标准》
	《网络产品漏洞上报管理规定》
	《信息安全手册》
	《信息安全治理委员会章程》
	《信息安全人员岗位职责要求》
	《新浪灾难恢复程序》
	《个人信息安全事件应急预案》
	《信息安全事件管理办法》
	《个人信息数据安全管理制度》
	《微博个人信息保护政策》
	《个人信息收集清单》
	《数据保护协议》

范畴	制度名称
社会	《商标管理制度》
	《专利管理办法》
	《微博儿童个人信息保护政策》
	《微博社区公约》
	《微博商业广告审核规范》
公司治理	《新浪集团反舞弊工作管理规定》
	《微博员工职业守则》
	《反舞弊宣传讲义》
	《微博员工举报违法行为反报复条例》
	《微博投诉举报流程》
	《微博举报调查及处理程序》
	《新浪集团供应商管理规则》
	《年度供应商的引入计划及流程》
	《采购部项目招标管理细则》
	《外包月度考核制度》
	《专利管理办法》
	《新浪法务部工作制度》
	《微博法律合规风险评估制度》

关键绩效表

环境关键绩效表

关键绩效指标	细分项	单位	2024 年数据	2023 年数据	
排放物	温室气体排放	温室气体排放（范畴一）	吨二氧化碳当量	107	126
		温室气体排放（范畴二）	吨二氧化碳当量	6,991	7,728
		温室气体排放（范畴三）- 购买的商品和服务 ²⁵	吨二氧化碳当量	4,331	3,646
		温室气体排放（范畴三）- 租用资产 ²⁶	吨二氧化碳当量	45,457	51,864
		温室气体排放（范畴一 + 范畴二）	吨二氧化碳当量	7,098	7,854
		温室气体排放密度（范畴一 + 范畴二）	吨二氧化碳当量 / 百万元美元总收入	4.05	4.46
	废弃物	有害废弃物 - 废弃含汞灯具	根	333	677
		有害废弃物 - 废电池	粒	780	1,024
		无害废弃物总量	升	45,951,101	56,458,109
		办公垃圾	升	1,307,455	1,329,905
		厨余垃圾	吨	118	119
		办公用纸产生量	张	2,133,195	2,340,691

关键绩效指标	细分项	单位	2024 年数据	2023 年数据	
排放物	废弃物	可回收垃圾量	吨	8	9
		综合污水排放量	吨	44,470	54,962
		综合污水排放密度	吨 / 百万元美元总收入	25.34	31.23
资源使用	能源	天然气 ²⁷	立方米	17,623	25,944
		汽油消耗量	升	31,138	32,172
		总用电量	兆瓦时	8,428	9,132
		直接能源消耗量	吨标准煤	65	76
		间接能源消耗量	吨标准煤	1,749	1,904
		能源消耗总量	吨标准煤	1,814	1,980
		能源消耗密度	吨标准煤 / 百万元美元总收入	1.03	1.12
	水资源	市政供水总用水量	吨	60,372	59,270
		中水回用量	吨	1,014	1,108
		雨水回用量	吨	2,794	1,643
		水耗密度	吨 / 百万元美元总收入	34.41	33.68

²⁵ 温室气体排放（范畴三）- 购买的商品和服务主要来源于服务器生产环节产生的碳排放，温室气体排放量的来源为服务器供应商提供的生产排放数据。

²⁶ 温室气体排放（范畴三）- 租用资产主要来源于租赁数据中心及公有云服务器的电力使用相关排放。温室气体排放量的计算参照生态环境部 2024 年 4 月最新发布的《生态环境部、国家统计局关于发布 2021 年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电力平均二氧化碳排放因子为 0.5568kgCO₂/kWh。

²⁷ 天然气使用量数据仅包含微博北京办公室的数据。

社会关键绩效表

关键绩效指标		单位	2024 年数据	2023 年数据
员工 ²⁸				
员工总人数		人	4,982	5,268
新进员工人数		人	769	801
非劳动合同员工		人	415	452
内部转岗员工百分比		%	25	22
按性别划分的 员工人数	男员工	人	2,353	2,545
	女员工	人	2,629	2,723
按年龄划分的 员工人数	30 岁及以下	人	1,998	2,401
	31-40 周岁	人	2,449	2,425
	41 周岁及以上	人	535	442
按地区划分的 员工人数	中国大陆员工	人	4,968	5,250
	港澳台地区	人	5	7
	海外地区	人	9	11
按雇佣职级划分的 员工人数	高级管理层员工	人	28	31
	中级管理层员工	人	113	118
	初级管理层员工	人	256	281
	普通非管理层员工	人	4,585	4,838

关键绩效指标		单位	2024 年数据	2023 年数据
少数民族员工人数		人	279	285
残疾员工人数		人	44	43
员工总流失率		%	18	27
员工主动流失率		%	9	11
员工被动流失率		%	9	16
按性别划分的 员工流失比率	男员工	%	18	26
	女员工	%	17	27
按年龄划分的 员工流失比率	30 岁及以下	%	23	32
	31-40 周岁	%	19	22
	41 周岁及以上	%	10	19
按地区划分的 员工流失比率	中国大陆	%	18	27
	海外及港澳台地区	%	26	47
女性员工占总体员工比例		%	53	51.7
按职级划分的 女性员工比例	高级管理者	%	21	23
	中级管理者	%	46	44
	初级管理者	%	42	43
	所有管理者职位	%	42	/

²⁸ 员工多元化分布情况、新进员工数量、员工流失率、培训相关数据，数据口径与年报统一。

关键绩效指标		单位	2024 年数据	2023 年数据
按岗位类别划分的女性员工比例	在 STEM 相关职位所占比例	%	47	44
	创收业务管理职位	%	58	57
参与培训人数占总员工人数的百分比		%	100	100
按性别划分受训雇员百分比 ²⁹	男员工	%	47	48
	女员工	%	53	52
按雇员类别划分受训员工百分比	高级管理层员工	%	0.56	0.60
	中级管理层员工	%	2.27	2.20
	初级管理层员工	%	5.14	5.30
	普通非管理层员工	%	92.03	91.80
全职员工的平均培训与发展投入		元	823	/
员工参训总时数		小时	138,722	179,244
人均受训小时数		小时	28	34
按性别划分的平均受训时数	男员工	小时	25	35
	女员工	小时	30	33
按雇员类别划分的平均受训时数	高级管理层员工	小时	5	24
	中级管理层员工	小时	18	28
	初级管理层员工	小时	24	30
	普通非管理层员工	小时	28	34

²⁹ 男性雇员受训百分比 = 受训男性雇员 / 总受训雇员；女性雇员受训百分比 = 受训女性雇员 / 总受训雇员。

关键绩效指标		单位	2024 年数据	2023 年数据
过去三年因工死亡的人数		人	0	0
过去三年因工死亡的比率		%	0	0
因工伤损失工作日		天	242	629
定期接受绩效评估和职业发展考核的员工百分比		%	100	100
用户满意度		%	94	97.87
年度获得专利数量	申请专利数	件	59	73
	被授权专利数	件	40	53
累计授权专利数量		件	352	310 余
累计注册商标数量		项	820 余	790 余
累计登记著作权数量		项	680 余	590 余
用户投诉总数		条	147,386	139,534
用户投诉率		%	4.65	7.33
客服响应度		%	100	100
用户投诉处理率		%	100	99.99
问题解决平均时长		小时	0.29	0.31
廉洁培训率		%	100	100
供应商《廉洁协议》签署率		%	100	100

ESG 指标索引

报告章节	联交所	GRI	SDGs
1. 精益治理			
1.1 ESG 治理	B7、B7.1、B7.2、B7.3	103-2; 102-20 ; 102-22; 102-32; 102-21; 102-29 ; 102-31; 102-47; 103-1	16 和平、正义与强大机构 17 促进目标实现的伙伴关系
1.2 公司治理	B7 ; B5、B5.1、B5.2、B5.3、B5.4 ; B6.3	102-18; 102-23; 102-26; 102-27 ; 102-30; 102-15; 103-2; 308-1; 414-1 ; 414-2; 102-13	
2. 责任平台			
2.1 信息安全	B6、B6.4、B6.5	416-1	9 产业、创新和基础设施 11 可持续城市和社区 12 负责任消费和生产
2.2 隐私保护	B6、B6.4、B6.5	416-1; 418-1	
2.3 创新发展	B6、B6.3	416-1	
3. 优质体验			
3.1 优质内容	B6	416-1; 417-1	9 产业、创新和基础设施 12 负责任消费和生产
3.2 广告治理	B6、B6.4	417-1	
3.3 服务体验	B6、B6.2	416-1	
4. 人才聚力			
4.1 保障员工权益	B1 ; B4、B4.1、B4.2	408-1	3 良好健康与福祉 4 优质教育 5 性别平等 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等
4.2 打造多元环境	B2; B2.3	403-6; 403-7; 403-10; 405-1; 406-1	
4.3 助力员工发展	B3	404-2	

报告章节	联交所	GRI	SDGs
5. 绿色发展			
5.1 应对气候变化	D 部分: 气候相关披露	201-2; 305-1; 305-2; 305-3; 305-5	  
5.2 坚持绿色运营	A1、A1.1、D 部分: 气候相关披露、A1.3、A1.4; A2、A2.1、A2.2、A2.3; A3、A3.1	301-3; 302-4; 302-5; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5	
5.3 传播环保理念	A3	304-2	
6. 社会价值			
6.1 践行社会公益	B8; B8.1	413-1	   
6.2 社会化协作网络	B8.1	413-1	
6.3 扶弱助困传温情	B8.1	/	
6.4 助力乡村振兴	B8.1	413-1	 
6.5 弘扬传统文化	B8.1	/	

读者意见反馈表

尊敬的读者，您好：

感谢您阅读本公司 2024 年《环境、社会及公司治理（ESG）报告》。为加强与您和其他利益相关方的沟通交流，并持续改进本公司的环境、社会及治理表现及未来报告编制工作，我们真诚希望倾听您的宝贵意见和建议，衷心期待您通过以下方式反馈意见。

请您提出具体的反馈意见：

① 您对本报告的总体评价如何？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

② 您认为本报告所披露的信息、数据的清晰度、准确性、完整度如何？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

③ 您认为本报告反映本公司所承担的经济责任的全面性如何？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

④ 您认为本报告反映本公司所承担的环境责任的全面性如何？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

⑤ 您认为本报告反映本公司所承担的社会责任的全面性如何？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

⑥ 您认为本报告的设计、排版效果是否方便阅读？

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差

⑦ 您认为本报告中最为需要改进的内容是什么

☐ 治理 ☐ 安全 ☐ 产品和服务 ☐ 员工 ☐ 环境 ☐ 社会

⑧ 您希望了解但并未在本报告中披露的内容有：

⑨ 您对本公司环境、社会及公司治理工作和报告编制的意见和建议：

