

新华文轩出版传媒股份有限公司

2024 年度社会责任报告

目录

报告说明	1
本公司愿景与使命	2
ESG 管理	2
(一) 董事会声明	2
(二) ESG 治理	2
1. ESG 治理架构	2
2. ESG 培训及奖项	3
(三) 利益相关方沟通	3
(四) 重要性议题评估	5
1. 议题重要性分析流程	5
2. 重要性议题矩阵	5
(五) 风险管理	7
一、绿色发展，绘就生态底色	10
(一) 应对气候变化	10
1. 治理	10
2. 风险与机遇分析	10
3. 指标及目标	13
(二) 强化排放管控	13
1. 温室气体	13
2. 废气	14
3. 无害废弃物	15
4. 有害废弃物	15
(三) 高效利用资源	16
1. 资源使用政策及节能举措	16
2. 能源资源使用绩效	17
二、以人为本，激发人才活力	18
(一) 保障员工权益	18
1. 薪酬福利政策及权益	18
2. 建设多元化员工团队	18
3. 坚持合规雇佣	20
(二) 关注员工健康安全	21
1. 保障安全生产	21
2. 职业健康管理	22
(三) 助力员工发展	23
1. 人才发展	23
2. 员工培训	23
(四) 关爱员工生活	25
三、严守品质，共建可持续生态	26
(一) 精进产品质量	26
1. 出版物选题及质量保证	26
2. 出版物奖项	27
3. 教材教辅印装质检	27
4. 投诉处理机制	28
(二) 推动数字化发展	28

1.内容电商快速发展	29
2.推进数字化阅读服务	29
3.教育数字化转型	29
(三) 保护知识产权	30
(四) 深化绿色供应链	30
1.印刷物资原材料供应商比选	31
2.印刷商准入	31
3.图书供应商管理	32
(五) 提升物流质量	32
(六) 保护消费者隐私	33
1.保障消费者隐私政策	33
2.网络消费信息安全	33
四、筑牢根基，推动稳健经营	34
(一) 依法治企 反腐倡廉	34
(二) 监督整治 宣传培训	34
五、践行公益，承担社会责任	35
(一) 促进文化传播	35
1.保护古籍及民族文化	35
2.引领全民阅读	35
3.加强同业交流	37
4.加强国际传播	39
(二) 助力教育事业	40
1.践行协同育人	40
2.深化研学活动	41
3.推进教师培训	41
(三) 推动公益活动	43
1.一木环保公益行动	43
2.太阳星公益行动	43
3.乡村振兴行动	44

报告说明

报告主体:新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称“新华文轩”“公司”或“本公司”)及其子、分公司,与年度报告一致。

时间范围:2024年1月1日至12月31日(以下简称“本年度”或“报告期”)。

内容范畴:本报告涵盖本公司于报告期内环境、社会及管治(以下简称“ESG”)的重要事项和表现。

编制依据:根据上海证券交易所(以下简称“上交所”)《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》、中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号——年度报告的内容与格式》以及香港联合交易所有限公司(以下简称“联交所”)《上市规则》附录C2《环境、社会及管治报告指引》(以下简称“《环境、社会及管治报告指引》”)的要求编制本社会责任报告(以下简称“本报告”)。

汇报原则:本报告遵循《环境、社会及管治报告指引》的汇报原则。

- 重要性原则:本报告在编撰过程中识别重要的利益相关方,并开展了实质性议题评估,作为界定重要ESG议题的依据。
- 量化原则:本报告期内所含内容均来自相关统计报告或文件,关键绩效指标可予计量,并已汇报排放量/能源消耗等计算过程中使用的相关标准及方法。
- 平衡原则:本报告遵循平衡原则,公正、客观的展现本公司ESG现状。
- 一致性原则:本报告与往年度《社会责任报告》使用一致的关键绩效指标披露方法,覆盖范围与年度报告一致。

本公司愿景与使命

本公司以“打造中国最具创新成长性出版传媒企业，成为具有国际影响力的综合性文化服务公司”为战略愿景，以“传承优秀文化、引领产业发展”为企业使命，通过“科技+资本”双轮驱动，推动出版传媒产业链升级，构筑一流的内容创意出版、教育服务、文化消费服务、供应链服务四大产业体系和资本经营投融资体系，满足人民群众美好文化生活需要。

ESG 管理

（一）董事会声明

公司董事会致力于完善 ESG 方面的治理政策、管理流程及信息披露，已建立适当及有效的 ESG 管理体系和工作运行机制。董事会定期检讨公司的 ESG 管理方针、策略及风险，审查公司 ESG 报告内的披露资料。确认本公司已遵守上交所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》、中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》以及《环境、社会及管治报告指引》的披露要求。本报告经董事会审议批准后发布。

（二）ESG 治理

1. ESG 治理架构

本公司高度重视可持续发展表现，将 ESG 管治纳入公司治理中，根据上交所和联交所《上市规则》及《环境、社会及管治报告指引》等相关规定搭建了与公司经营管理相适应的 ESG 管治架构，明确从决策层到执行层各层级于 ESG 方面的主体责任及职责。董事会对本公司 ESG 策略、管理及信息披露负责，并授权董事会审计委员会（以下简称“审计委员会”）协助董事会管理及决策 ESG 事宜，评估及厘定 ESG 管治策略及风险。公司的 ESG 工作领导小组负责组织实施 ESG 管理，

并定期向董事会及审计委员会报告 ESG 相关工作。公司以 ESG 管治架构为基础，制定和推行可持续的 ESG 政策和管理方法，通过行之有效的 ESG 管理机制，逐步提升 ESG 管治水平，推动公司实现长期可持续发展。

2.ESG 培训及奖项

本年度，公司部分关键岗位人员参加了上交所组织的《可持续发展报告》（ESG）专题培训和第三方专业机构组织的 ESG 研讨会，公司不断提升人员 ESG 管理能力，为公司进一步优化 ESG 管理体系，推动可持续发展战略的有效实施奠定了基础。

报告期内，公司 ESG 表现得到外部认可，入选四川新闻网和中国西部网组织的第九届西部财经论坛 ESG 公益责任案例，荣获上交所信息披露工作 A 级评价，获得中国证券报“金牛奖”。

（三）利益相关方沟通

本公司一直致力于为各利益相关方创造长远的价值，将可持续发展理念全面融入到经营管理及业务运营。本公司的主要利益相关方包括读者、员工、股东、学校、政府与监督机构等。了解各利益相关方的期望和诉求，重视并积极回应各关注点，保障各利益相关方的权益，一直是本公司牢记的责任与义务。

利益相关方	期望	沟通方式	回应措施
客户及读者	<ul style="list-style-type: none"> • 高质量的产品及服务 • 丰富的文化知识输入 • 提升阅读体验 • 诚信推广行为 	<ul style="list-style-type: none"> • 官网、公众号等媒体 • 客服热线沟通 • 线下门店沟通 	<ul style="list-style-type: none"> • 强化产品质量的管控 • 支持并发掘优秀作品出版 • 建立便民的线上线下运营实体及高效的物流网络 • 完善客户投诉流程，了解客户意见

利益相关方	期望	沟通方式	回应措施
员工	<ul style="list-style-type: none"> 多元、平等的雇佣行为 确保职业健康与安全 享受合法的薪酬及福利待遇 提供良好的培训和职业发展机会 	<ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 内部网络、邮箱、论坛、内刊 线上线下培训活动 	<ul style="list-style-type: none"> 完善员工招聘、晋升等内部管理制度与体系，尊重员工权益 保障员工职业健康和安全 提供良好的薪酬及福利待遇 提供多元化的岗位技能培训
股东	<ul style="list-style-type: none"> 规范公司治理 稳定的业绩增长 提升公司价值 	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 定期报告及临时公告 路演、业绩说明会等信息发布渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 持续完善内控及风险管理机制 制定和落实发展战略 透明公开的信息披露 稳定/持续的派息政策
学校	<ul style="list-style-type: none"> 提高教材教辅质量及稳定供应 	<ul style="list-style-type: none"> 实地调研、走访 教学研讨会 开展研学活动 	<ul style="list-style-type: none"> 课程研发、教师培训 高效的印刷、物流、教育服务体系 教育数字化发展
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 合规运营 振兴文化产业 支持教育事业 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 信息报送与披露 调查、检查、监管 开展公益活动 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守国家法律法规，提升治理水平 及时准确地进行信息披露 多元化综合发展文化产业 支持贫困地区教育 助力乡村振兴
供应商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 促进行业健康发展 保护知识产权 互利共赢、共同发展 公平竞争机会 	<ul style="list-style-type: none"> 同业企业合作、交流及调研 行业协会 图书订货会 	<ul style="list-style-type: none"> 参与推动行业标准和规范 加强供应商管理与资质评估 强化知识产权保护工作 建立长期稳定的合作机制
社区和公众	<ul style="list-style-type: none"> 践行环保公益 文化推广 	<ul style="list-style-type: none"> 开展环保公益活动 组织社区活动 	<ul style="list-style-type: none"> 加强资源循环利用，减少废弃物 开展多元社区文化活动
环境	<ul style="list-style-type: none"> 能源与资源有效利用 应对气候变化 推进节能减排 原材料使用 	<ul style="list-style-type: none"> 环保检查 环境信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 环境绩效采集与分析 加强气候风险管理 践行绿色采购 倡导环保理念 推广节能办公及新能源运输

（四）重要性议题评估

本公司通过问卷收集等方式，评估本公司在 ESG 各议题的表现是否会对经济、社会和环境实际或者潜在产生重大影响，以及是否对本公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响，从影响重要性及财务重要性两个维度进行判定，形成重要性议题矩阵。

1. 议题重要性分析流程



2. 重要性议题矩阵

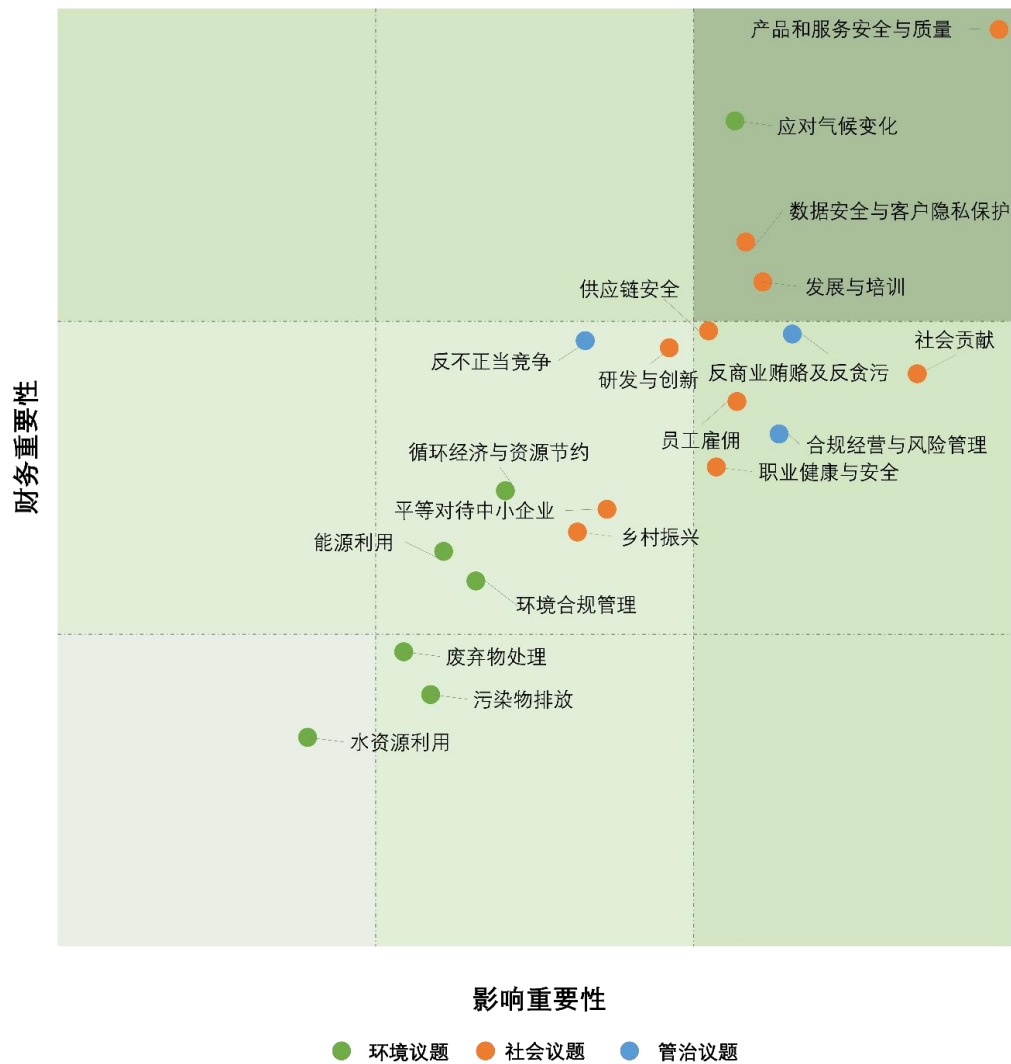
2024 年，本公司共识别 27 个议题，选取其中 20 个同时具有影响重要性和财务重要性的议题制作了重要性议题矩阵。

重要性议题		
环境	社会	治理
<ul style="list-style-type: none">应对气候变化污染物排放废弃物处理生态系统和生物多样性保护	<ul style="list-style-type: none">乡村振兴社会贡献研发与创新科技伦理	<ul style="list-style-type: none">尽职调查利益相关方沟通反商业贿赂及反贪污反不正当竞争

<ul style="list-style-type: none"> • 环境合规管理 • 能源利用 • 水资源利用 • 循环经济与资源节约 	<ul style="list-style-type: none"> • 供应链安全 • 平等对待中小企业 • 产品和服务安全与质量 • 数据安全与客户隐私保护 • 员工雇佣 • 职业健康与安全 • 发展与培训 	<ul style="list-style-type: none"> • 治理策略与组织架构 • 投资者关系管理与股东权益 • 信息披露透明度 • 合规经营与风险管理
--	--	---

2024 年，本公司 ESG 议题重要性分析结果如下，其中“产品和服务安全与质量”“应对气候变化”“数据安全与客户隐私保护”“发展与培训”四个议题具有高度的影响重要性和财务重要性。

重要性议题分析



（五）风险管理

本公司建立了包含董事会、审计委员会、风险管理工作领导小组、法务与风险管理部等机构组成的全面风险管理组织体系。董事会负责风险管理及内部监控机制的建立健全和有效性评估，通过审计委员会对本公司风险管理及内部监控效能进行持续检讨，风险管理工作领导小组负责组织实施公司风险管理工作，法务与风险管理部具体组织及协调内控及风险管理工作。

本公司通过行业调研、管理层访谈、问卷调查相结合的方法，识别与评估目前面临或潜在的风险，从风险发生可能性、风险发生带来的影响以及应对有效性三个维度，对识别出的风险进行分类及排序，形成贴合公司实际情况的风险库，同时借助统计分析手段，结合内控评价结果，确定年度风险，并编制《年度风险评估报告》。

本公司重视 ESG 重点领域风险管理，强化对气候风险、产品质量风险、合规风险等重点风险的识别、评估和应对机制，并将其融入全面风险管理中。

财务重要性为高的议题的风险及机遇分析：

财务重要性为高的议题	风险	机遇	时间范围	应对措施	对财务的影响
产品和服务安全与质量	<ul style="list-style-type: none"> • 内容合规风险：出版内容若违反法律法规、社会道德规范等，会面临法律诉讼、罚款、出版物下架等后果。 • 质量风险：编辑校对不严谨，存在常识错误、错别字或排版混乱等，影响品牌声誉。 	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌提升机遇：提供高质量、安全可靠的产品和服务，能树立良好的品牌形象，增加读者忠诚度，吸引更多优质作者合作。 • 拓展市场机遇：满足不同读者对内容的需求，可开拓新市场。 	短、中、长期	<ul style="list-style-type: none"> • 组建专业审核团队，严格审核流程，引入外部专家评估敏感内容； • 持续完善编校流程，开展质量培训，建立质量反馈机制。 	风险可能导致收入和利润减少； 机遇可增加收入，降低营销成本。
数据安全与客户隐私保护	<ul style="list-style-type: none"> • 数据泄露风险：系统漏洞、内部人员违规操作等，可能导致客户信息、版权数据、财务数据等泄露，引发客户信任危机和法律纠纷； • 数据安全合规风险：随着数据保护法规日益严格，若公司未能满足相关合规要求，可能面临罚款和法律诉讼。 	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象提升机遇：强化数据安全和客户隐私保护，能增强客户信任，提升品牌形象，有助于拓展市场和吸引客户； • 技术创新机遇：推动公司加大在数据安全技术方面的投入和创新，提升企业整体技术水平。 	短、中、长期	<ul style="list-style-type: none"> • 升级数据安全技术，定期进行系统安全检测和漏洞修复； • 完善数据安全管理制度，明确数据访问权限、数据存储和传输规范等； • 加强员工数据安全和隐私保护培训，提高员工数据安全意识； 	风险可能导致收入减少； 机遇可增加收入来源。

财务重要性为高的议题	风险	机遇	时间范围	应对措施	对财务的影响
发展与培训	<ul style="list-style-type: none"> • 市场需求变化风险：出版行业受市场需求影响较大，若人才培养不能紧跟市场趋势，如对新兴出版技术、新媒体传播技术、新的内容形式等培训不足，员工技能无法满足市场变化，可能导致失去市场份额； • 技术风险：数字技术、人工智能等新兴技术发展迅速，若人才培养不能紧跟技术发展趋势，企业难以跟上技术迭代步伐，存在技术应用滞后、人才培养脱节等风险； • 人才风险：数字化转型需要复合型人才，若企业未及时调整人才结构，缺乏数字技能和跨学科知识，存在人才断层、竞争力下降等风险。 	<ul style="list-style-type: none"> • 提升竞争力：通过有效培训，员工掌握先进的出版技术和理念，提高内容创作、编辑、营销等各环节的能力，打造更优质产品，提升公司在市场中的竞争力； • 业务模式创新机遇：数字化转型可以推动企业从传统内容提供商向知识服务商转型，开发创新业务模式； • 增加员工忠诚度：为员工提供发展与培训机会，体现公司对员工的重视，有利于提高员工归属感，留住优秀人才，形成稳定的人才队伍。 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> • 定期开展培训需求调研，结合公司战略目标和员工实际技能水平，确定培训内容； • 采用内部培训、外部专家讲座、在线学习平台、实践操作等多种方式，满足不同员工学习需求，提高培训效果； • 对培训效果进行跟踪评估，收集反馈意见，及时调整和改进培训内容和方式。 	风险可能导致收入减少；机遇可增加收入。
应对气候变化	详见第一章 第一节“应对气候变化”				

一、绿色发展，绘就生态底色

（一）应对气候变化

1.治理

本公司构建了以董事会为核心的 ESG 管理体系，以应对气候变化。各层级的责任及职责详见 ESG 管理中（二）ESG 治理中 1.ESG 治理架构。

2.风险与机遇分析

本公司参考 IPCC AR6 气候数据库及 NGFS 气候情景分析模型，使用 SSP5-8.5 情景，对 12 个地区进行物理风险分析，并立足整体价值链，开展转型风险及机遇分析，评估相关气候风险、机遇对财务产生的影响，根据内部调研、气候情景分析、行业研究及外部建议，本公司得出风险与机遇评估结果。

慢性物理风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
气温升高	气候变化导致各地气温显著升高，极端高温天气增多。这使得印刷车间需要更多的制冷设备来维持适宜的工作环境，增加了能源消耗和设备维护成本。同时，纸张、油墨等原材料在高温环境下可能会出现变形、干燥等问题，影响印刷质量，增加了废品率和原材料损耗。	中、长期	1. 制定灾害管理预案，防范员工受高温及灾害影响； 2. 为受到极端天气影响的员工或工厂提供援助； 3. 定期开展安全培训及演习； 4. 与多地区供应商合作，降低原材料供应中断风险。	可能导致收入减少，企业运营与生产成本增加。
干旱期增加	干旱可能导致水资源短缺，导致生产不及时、延迟交货、信誉风险等。	中、长期	5. 可能需要投资建设节水设施或采用其他节水措施。	

急性物理风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
暴雨、洪涝风险	极端降水事件增加，暴雨洪涝灾害可能更加频繁和严重，容易造成城市内涝、农田被淹和基础设施损坏等、基础设施和居民生命财产安全构成威胁，容易引发山体滑坡、泥石流等地质灾害，可能导致线下门店受灾，图书和设备受损，物流运输受阻，同时也会影响读者的出行和购物意愿。	中、长期	1. 定期检查加固户外设施，确保恶劣天气下安全； 2. 制定洪涝应急预案并组织演练，提升灾情应对能力，做好抢险应急救援工作，最大限度地减少人员、财产和环境造成的损失； 3. 与供应商保持沟通，建立安全库存，保障原材料供应。	可能导致收入减少，企业运营与生产成本增加。

转型风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
政策和法律	政策变化 政府为应对气候变化，会制定严格的空气污染物（如挥发性有机化合物 VOCs）排放标准。如果本公司子公司四川新华印刷有限责任公司（以下简称“四川新华印刷”）的印刷流程不能满足最新排放标准，可能面临整改、罚款甚至停产的风险。	短期	采用低挥发性有机化合物（VOCs）排放的油墨和环保印刷技术。	可能导致成本增加。
技术	环保技术风险 为了减少出版物供应链过程中的碳排放和环境污染，出版行业供应链上下游可能需要采用环保技术。然而，环保技术的研发和应用通常需要较高的成本投入，包括设备购置、技术改造、人员培训等方面。	中期	通过技术创新降低环保技术成本，提升企业的可持续发展能力。	可能导致成本增加。

转型风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
市场	原材料价格波动 气候变化可能导致印刷原材料（如纸张、油墨）的供应受到影响。例如，森林资源因灾害减少，纸张生产成本增加；同时，环保要求的提高也可能促使油墨等原材料价格上涨。印刷原材料成本的上升会压缩出版公司的利润空间。	短、中、长期	通过优化采购渠道和成本控制措施，降低原材料和运营成本，提升市场竞争力。	可能导致利润减少，成本增加。
市场	消费者偏好 随着公众环保意识的增强，消费者对印刷品的环保属性越发关注。如果出版公司的印刷品不能满足消费者对环保的期望，如未采用环保纸张、油墨，或者没有获得相关绿色印刷认证，可能会导致市场需求下降。	短期	开发和推广环保印刷品，满足消费者对环保产品的需求。	可能导致收入减少，成本增加。
声誉	供应链协同中的声誉关联风险 与公司合作的上下游企业，如果在气候变化相关活动中出现负面事件，可能会波及公司声誉。	中期	加强与供应商和合作伙伴的协同合作，提升整个供应链的环保水平和可持续性。	可能导致收入减少。

机遇	机遇描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
资源效率	随着科技的发展，节能型印刷设备不断涌现，环保原材料市场不断发展。	中期	采用绿色环保油墨和印刷技术，提升印刷质量和环保水平。	可能导致成本减少。
产品和服务	气候变化带来的极端天气可能影响线下门店的运营，但同时也促使企业加快数字化转型。	短期	加强线上平台的建设和优化，提升用户体验，增加电子书、有声读物等数字内容的种类。	可能导致收入增加。
市场	随着公众环保意识的不断提高，消费者更倾向于选择环保、低碳的产品和服务。	中期	在生产经营过程中采取绿色印刷，环保包装等措施，回应市场环保需求，提升企业环保形象，增强品牌忠诚度。	可能导致收入增加。

机遇	机遇描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
韧性	随着环保意识的增强和应对气候变化的需要，越来越多的供应商开始注重可持续发展，采用环保生产工艺和材料。	长期	与不同地区的供应商建立更紧密的合作关系，降低对单一供应商的依赖，增强供应链在面对原材料供应波动时的韧性。	可能导致成本减少。

3.指标及目标

本公司致力于将 ESG 理念深度嵌入公司的经营管理和业务流程之中，全力响应并支持国家的双碳战略目标，计划自 2024 年起逐步降低单位营业收入所产生的温室气体排放量、综合能耗量以及耗水量。同时，对于运营生产过程产生的有害废弃物及无害废弃物，本公司将采取循环利用等有效措施，实现资源利用最大化。本年度，本公司持续加强排放管理，通过实行设施改造、更换新能源车辆等，温室气体密度、综合能源消耗量密度及用水量密度均较去年有所降低。

（二）强化排放管控

本公司遵循排放物国家及运营所在地有关的准则、规则和规例。

1.温室气体

本公司温室气体主要来自车辆使用、天然气燃烧、运营产生的直接及间接温室气体排放。本公司致力于减少运营办公对环境产生的伤害，推广节能措施，同时施行设施设备环保改造，全面加强温室气体排放管理，有效降低能源消耗和污染物排放，推动企业绿色可持续发展。

报告期内，本公司持续推进老旧灯管更换工作，阅读服务事业部完成了 10 家门店的 LED 灯改造，四川新华印刷更换了 228 支 LED 灯管；四川巴蜀书社有限公司（以下简称“巴蜀社”）报废老旧车辆、更换为更加节能的混动型车辆，切实减少了温室气体排放量。报告期内，本公司温室气体排放情况如下：

指标	单位	2024 年度	2023 年度	2022 年度
温室气体直接排放总量 (注 1)	吨二氧化碳当量	2,731.20	3,116.62	2,682.22
温室气体间接排放量 (注 1)	吨二氧化碳当量	17,775.18	17,697.36	18,575.65
温室气体总排放量 (注 1)	吨二氧化碳当量	20,506.38	20,813.98	21,257.87
人均温室气体排放量 (注 2)	吨二氧化碳当量/人	2.69	2.68	2.82
温室气体密度	吨二氧化碳当量/万元营收	0.0166	0.0175	0.0194

注 1. 温室气体排放量计算方法参考世界资源研究所 (WRI) 和世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 发布的《温室气体核算体系企业核算与报告标准》、政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 发布的《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》；用于范围一、范围二计算的中国电力供应排放因子来源于生态环境部发布的《关于做好 2023-2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》。

注 2: 按年平均人数计算。

2. 废气

本公司的废气主要来自于四川新华印刷在印刷、胶装及商轮烘箱燃烧等生产过程中产生的挥发性有机化合物 (VOCS) 排放，其严格遵循国家及所在地相关规定处理排放物。

四川新华印刷对 VOCS 收集端口配备围帘，选用低 VOCS 挥发性原辅材料（如无醇润版液），加强源头污染物管控；印刷机台配有挥发性液体的加盖装置，印刷机台操作面配置挥发性溶剂加盖容器；保持车间及耗材库、危废库门窗常闭。报告期内，更换了胶烟系统、VOCS 治理设施的活性炭、过滤棉和 UV 光解灯管，最大可能地减少有害气体排放。经聘请有资质的第三方检验机构检测，四川新华印刷排放符合四川省印刷行业排放标准。

3.无害废弃物

在本公司的运营过程中，主要产生的无害废弃物包括印刷环节产生的废纸、物流环节产生的包装废料，以及日常办公和生活活动中产生的生活垃圾和生活污水等。对于印刷过程中产生的废纸，本公司均交由具备国家规定资质的外部专业回收公司进行处理。在物流环节，所使用的包装材料主要涵盖包装纸、打包带、快递信封袋等。本公司秉持资源回收利用的理念，通过包装材料的循环使用，实现二次利用，进而达到减少废弃物排放的目的。报告期内，本公司共回收利用物流包装材料约 92 吨，较上年同期增长 25.6%。此外，日常运营中产生的生活垃圾和生活污水等无害废弃物统一交由市政相关部门进行处理。

报告期内，本公司无害废弃物如下：

指标	单位	2024 年度	2023 年度	2022 年度
排水总量	万吨	21.23	22.12	21.67
人均排水量（注 1）	吨/人	27.83	28.43	28.73
无害废弃物总量	吨	4,388.53	4,312.65	4,072.62
其中：生活垃圾产生量	吨	601.97	615.65	600.62
废包装材料量	吨	110.93	92	72
印刷产生废纸	吨	3,675.63	3,605	3,400
人均生活垃圾产生量（注 1）	吨/人	0.0789	0.0791	0.0796
无害废弃物密度	千克/万元 营收	3.5597	3.6337	3.7260

注 1：按年平均人数计算。

4.有害废弃物

在本公司的运营过程中，四川新华印刷生产环节产生的废印板、废油墨桶、印刷耗材及其他危险废物，以及本公司物流中心电动叉车所使用的废旧铅酸蓄电池，均属于有害废弃物范畴。

四川新华印刷制定了《危险废物管理制度》，对危险废弃物进行统一的安全处理，建有危险废物专用库房，将危险废物按照环保要求分类堆放，并将有害废弃物（废油墨桶、废洗车水和废棉纱等）委托具有专业处理资质的公司进行回收处理，强化废弃物全过程管理，有效控制了危险废弃物的危害。报告期内，四川新华印刷优化生产工艺，废油、沾染物（如废油墨棉纱）、感光材料以及废 PS 版的产生量较上年同期均有所减少。本公司始终遵循有害废弃物减量化、无害化处理的原则，积极推进废弃物的综合利用。

本公司物流中心在日常物流业务中，有多台电动叉车投入运行，在不同时间、不同阶段会产生各种规格的废旧铅酸蓄电池。为保护环境，响应国家和政府的相关政策要求，本公司物流中心对产生的废旧蓄电池进行回收、登记和造册管理，并设置了专门的暂存地点，安排专人负责看管。在处置废旧蓄电池时，通过招标方式选择具有国家相关资质的专业回收处置机构进行处理。报告期内，本公司处置废旧蓄电池约 7.98 吨。

报告期内，本公司有害废弃物情况如下：

指标	单位	2024 年度	2023 年度	2022 年度
有害废弃物（注 1）	吨	37.13	68.91	34.58
有害废弃物密度	千克/万元营收	0.0301	0.0581	0.0316

注 1：有害废弃物减少主要由于本公司物流中心使用的叉车电池寿命耗尽而产生的废旧铅酸蓄电池较上年同期减少，废旧铅蓄电池并非每年产生。

（三）高效利用资源

1.资源使用政策及节能举措

本公司始终秉持可持续发展理念，严格遵循国家《节约能源法》等相关法律法规，持续完善内部制度建设，深挖节能潜力，积极落实节能减排措施。通过降低能源消耗、提升能源利用效率以及增强员工节能意识，致力于实现能源利用效率的最大化。

本公司在运营过程中能源消耗主要包括办公运营用电、公务车辆汽油、员工食堂及印刷业务耗用的天然气；资源消耗主要有水及物流包装材料等。本公司大力推行节能降耗理念宣贯、积极实施回收利用等措施，提升资源节能水平。在行政办公方面，本公司强化员工环保意识，要求员工节水节电、节假日断水断电；加强办公室空调使用管理，提倡夏季制冷不低于 26℃，冬季制暖不高于 22℃；办公大楼设计有智能照明系统及能源管理系统，通过智能化控制实现节能降耗；倡导非正式文件另页循环打印利用，无纸化办公；倡导员工绿色出行。在生产方面，四川新华印刷制定了《能耗管理控制程序》，对能耗定额指标、水电的节约降耗措施作出明确规定。在物流方面，用于同城运输配送的大部分自有车辆为新能源车辆，选择符合国家环保标准的车辆进行长途运输。

2.能源资源使用绩效

报告期内，本公司主要资源使用情况如下：

指标	单位	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电力消耗量	万度	3,249.75	3,057.06	3,190.44
汽油的消耗量	万升	70.65	79.92	64.41
柴油的消耗量	万升	6.46	12.19	9.34
天然气的消耗量	万立方米	44.36	45.20	44.83
液化石油气的消耗量	千克	62.50	62.50	98.66
外购热力	吉焦	3,064.06	2,390.46	3,459.72
综合能源消耗总量	吨标准煤当量	5,423.70	5,451.10	5,444.19
人均综合能源消耗量 (注 1)	吨标准煤当量/ 人	0.71	0.70	0.72
综合能源消耗量密度	千克/万元营收	4.3993	4.5929	4.9808
用水总量	万吨	24.97	26.02	25.49
人均用水量 (注 1)	吨/人	32.74	33.45	33.80
用水量密度	吨/万元营收	0.2025	0.2192	0.2332

注 1：按年平均人数计算。

二、以人为本，激发人才活力

本公司奉行“以人为本”的人力资源理念，持续优化人力资源结构，致力于打造专业素养高、综合能力强的人才队伍，创造平等、尊重、包容的工作环境，多角度保障员工权益，丰富员工生活，致力于员工与企业共同发展。

（一）保障员工权益

本公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国工会法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规，坚持依法合规雇佣，禁止就业歧视和强迫劳动，坚决杜绝雇佣童工。

1.薪酬福利政策及权益

本公司持续完善和优化员工薪酬政策及薪酬结构，保障每一位员工应有的合法权益。本公司建立了涵盖岗位工资、业绩激励及各类福利的标准薪酬体系，并为员工提供养老、医疗、失业、工伤和生育等各类社会保险，以及住房公积金和企业年金等保障，为员工职业发展和生活稳定筑牢坚实基础。

本公司高度重视员工及工会的意见与建议，搭建了监督管理通道，明确与员工切身利益相关的事项，最大限度地保障员工的各项权益。报告期内，本公司召开2次职工代表大会，全体职工代表审议了《薪酬管理制度》《假期管理制度》等与员工薪酬福利权益密切相关的制度，听取《公司社保公积金、企业年金及员工福利管理工作情况》等汇报，充分发挥职代会作用，推进企业民主化进程，最大限度地保障员工的各项权益。

2.建设多元化员工团队

本公司秉持“赛马识好马”“实干造就人才”的管理思想，围绕经营发展目标，不断完善人才选拔、融合、培育、激励、淘汰的全链条机制，持续优化人力

资源结构，增强公司队伍活力。本公司提供公开且平等的就业机会，根据岗位任职资格，按照招聘流程进行公开招聘，招聘渠道包括校园招聘、网络招聘和内部选聘等。在员工招聘与录用环节，本公司遵循多元化的用工原则，不因性别、民族、婚姻状况等因素设立歧视性规定，坚持平等、自愿、协商一致的理念，与员工签订书面劳动合同，并通过《员工手册》向员工明确公司的运营管理方式、价值观念等基本情况，对员工的工作行为提供必要的指导和规范。

于报告期末，本公司共有员工 7,531 人，年平均人数 7,626 人；报告期内累计离职员工人数 262 人，其中男性离职员工 94 人，女性离职员工 168 人，员工年度流失比率为 3.25%，其中，男性员工流失比率 2.71%，女性员工流失比率为 3.65%。

于本年度末，本公司人员构成如下：

- 雇员数量

指标		2024 年度
按雇佣类型划分的员工人数	全职员工	7,474
	兼职员工	57
按性别划分的员工人数	男性员工	3,268
	女性员工	4,263
	男性员工比例	43.39%
	女性员工比例	56.61%
按年龄划分的员工人数	30 周岁及以下	1,674
	31-40 周岁	2,458
	41-50 周岁	2,209
	51 周岁及以上	1,190
按地区划分的员工人数	四川省内	7,243
	四川省外	288

按学历划分的员工人数	硕士及以上员工	582
	大学本科员工	2,749
	大专及以下员工	4,200

- 雇员流失率

指标		2024 年度
按性别划分的员工流失比例	男性员工流失率	2.71%
	女性员工流失率	3.65%
按年龄划分的员工流失比例	30 周岁及以下员工流失率	7.23%
	31-40 周岁员工流失率	2.97%
	41-50 周岁员工流失率	0.98%
	51 周岁及以上员工流失率	1.27%
按地区划分的员工流失比例	四川省内员工流失率	3.25%
	四川省外员工流失率	3.24%

3. 坚持合规雇佣

本公司根据国家有关法律、法规持续完善《用工管理制度》《员工手册》等内部制度政策，严格规范雇佣、解聘等劳动用工行为和工作时间等内容。本公司遵循员工及用人机构双向自主选择的原则，开展雇佣与聘任工作，与员工签订规范的劳动合同，坚决杜绝任何形式的强制劳工现象。面对工作中的加班需求，本公司充分尊重员工意愿，提前与员工沟通，征得其明确同意，并为加班员工提供加班工资补偿或安排调休。报告期内，本公司未发现强制劳工情况。

本公司严格遵守《禁止使用童工规定》等相关劳动法律法规，杜绝录用、使用童工。为避免非法雇佣童工，在招聘过程中，本公司严格审核、查验拟录用者

的身份及年龄等信息，对其进行相关背景调查；在为新员工办理入职手续时，检查新员工的身份证及毕业证等相关证件。报告期内，本公司未发现使用童工情况。

（二）关注员工健康安全

本公司始终将员工的安全与健康视为企业发展的根基，持续推进安全健康管理体系建设工作。本公司定期开展安全巡检，组织安全培训及演练，举办安全知识竞赛活动，不断提高员工安全防护意识，持续做好职业卫生防治工作，为每一位员工营造一个安全、健康、舒适的工作环境。

1.保障安全生产

本公司制定了《安全生产及消防安全管理制度》《重大危险源识别、评价、监控及管理制度》《生产安全事故应急预案》《职业卫生责任管理制度》等规章制度，各门店制定了《大客流时段疏散预案》《消防应急疏散预案》等制度办法，切实保护员工及顾客安全。

本公司严格执行安全管理相关规章制度，持续不断开展安全检查，深入仓库、门店和生产车间，多维度、全方位排查安全隐患，并建立隐患排查整改台账，对于在检查中发现的安全隐患，立即提出整改建议，并要求限期整改查出的隐患，坚决防范和遏制重特大安全事故的发生。本公司通过组织安全轮训与实战演练，将理论知识与实际操作紧密结合，让员工在模拟场景中积累应对突发情况的经验。报告期内，本公司举行了3次安全培训及演练，涵盖消防安全培训、防灾减灾培训、疏散演练和灭火实战演练等。同时，本公司还积极举办安全知识竞赛活动，以赛促学，激发员工主动学习安全知识的热情，打造“人人讲安全、个个会应急”的氛围，不断推进企业安全文化建设。

❖ 案例：开展安全培训 做好隐患排查

2024年6月5日，为做好安全生产工作，加强安全生产宣传，提高员工安全生产意识及灭火技能水平，消除安全隐患，防范事故发生，本公司结合全国安全生产月主题，组织开展机动车驾驶安全及消防安全培训，并开展了灭火实战演练，共计180余人参加。



图 培训及演练现场

2.职业健康管理

本公司坚持贯彻执行《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》《工作场所职业卫生管理规定》等有关法律法规的规定，坚持“预防为主，防治结合”的工作方针。

本公司深入各生产场所开展检查，排查潜在的职业危害隐患，一旦发现问题，立即责令整改并跟踪督查；本公司充分利用宣传栏和各车间的公示栏，张贴职业危害因素检测报告、告知牌以及职业卫生规章制度，有针对性地向员工宣传职业病相关法律、法规及防治知识，提高员工的职业卫生意识。

在预防和控制职业危害方面，本公司采取多项有效措施。本公司每年聘请第三方机构对工作场所的职业危害因素进行监测，同时，每年为员工提供职业健康体检，做到早发现、早预防、早治疗。此外，本公司还根据不同岗位需要，为员工发放耳塞、耐酸塑料手套等各类劳动保护用品，切实降低职业危害风险。

报告期内，本公司健康与安全相关数据如下：

年度	因工伤损失的总工作日数	因工致死人数	因工伤损失工作日数 (每二十万工时误工天数)
2024	474	0	6.27

本公司过去三年未发生因工亡故事件。

(三) 助力员工发展

本公司重视员工队伍建设，关心员工的个人成长，通过开展形式多样的培训，提升员工的知识水平、专业技能和综合素养；不断优化岗位职级体系，为员工提供广阔的职业发展空间。

1.人才发展

本公司围绕“高质量发展”战略目标，以发现选拔为前提、以选好用好为根本、以教育培养为基础，不断加强干部人才队伍建设。报告期内，本公司通过推进干部轮岗交流、多岗位锻炼，不断提升干部综合能力；开展专项、定向培训，持续提升员工综合素质；招贤纳士，加强人才引进选拔工作，优化人才队伍结构。

2.员工培训

本公司高度重视及关注员工成长与发展，构建多层次、多类型的培训体系，持续为员工提供培训、学习机会，帮助其丰富专业知识、提升技能水平。培训内容涵盖政治素养、管理能力、专业技能、通用知识等诸多方面，采取内外部培训、网络学习、知识竞赛等多种方式，关注培训的针对性、科学性和有效性，并针对不同人群设置了针对性的能力提升方案，切实提升员工队伍的技能和专业素养，开拓其思维意识和眼界，以员工能力素质提升助力业务高质量发展。报告期内，结合经营发展需要和员工培训需求，本公司组织开展培训约 42.76 万小时，参与培训约 5.42 万人次。此外，本公司还积极选派员工外出参加行业交流学习和外部机构组织的专业培训。

指标		单位	数据	受训百分比
按雇员类别接受培训人次划分	高级管理层	人次	153	0.28%
		小时数	5,974	
	中级管理层	人次	4,439	8.20%
		小时数	66,675	
	基层员工	人次	49,573	91.52%
		小时数	354,974	
按性别接受培训人次划分	男性	人次	23,944	44.21%
		小时数	181,454	
	女性	人次	30,221	55.79%
		小时数	246,169	

❖ 案例：开展青年员工能力提升培训

为加强人才梯队建设，提升青年人员综合素质和专业能力，发挥青年优势，凝聚青年力量，不断提高工作效率和服务质量，本年度，本公司教育服务事业部开展多次青年员工培训，提升青年员工专业知识与技能，增强业务能力，培养青年业务骨干队伍。

❖ 案例：开展劳动业务技能大赛

为响应国家“岗位建功，技能比武，标杆评树”活动的号召，助力公司高质量发展，加快建设知识型、技能型、创新型员工队伍，本公司于2024年4月至10月组织开展了以“新时代、新技能、新征程”为主题的劳动业务技能大赛。本次技能大赛涵盖新媒体直播竞赛、安全知识竞赛、编校知识竞赛、图书选品美陈竞赛等7个项目，吸引了6,000余名员工积极参与。通过大赛，为各业务板块选拔出一批优秀团队和技能能手，营造了“崇尚技能、尊重人才、对标先进、比学赶超”的良好氛围。



图 劳动业务技能大赛

（四）关爱员工生活

本公司重视人文关爱，关心员工的工作与生活，积极主动的为员工解决实际困难，为困难员工提供帮扶，开展送温暖活动，切实关心员工生活。

本公司持续推进送温暖活动常态化、经常化和日常化，制定《困难员工帮扶管理办法》，建立困难员工档案，对生病住院员工、生育职工进行探望，向困难员工提供生活、医疗及就学帮扶，为员工提供切实帮助。本公司为员工办理四川省职工住院医疗保险、职工补充医疗保险和女职工大病互助保险，并指导和协助进行理赔工作，确保员工在遭受疾病困扰时，能够第一时间获得有力的经济支持。此外，本公司为员工提供丰富的节假日福利和生日福利，还提供员工子女暑假托管服务，使每一位员工都能真切感受到企业的关怀与呵护。

本公司开展丰富的文化活动，增强凝聚力，营造积极和谐的工作氛围。报告期内，本公司组织了观影活动、书法爱好者兴趣小组书法讲座以及“焙享春日悦见芳华”三八妇女节主题活动等，促进员工身心健康，传播企业文化，提升员工幸福感和归属感。



图 书法爱好者兴趣小组书法讲座活动

三、严守品质，共建可持续生态

（一）精进产品质量

本公司严格遵守《中华人民共和国著作权法》《图书质量管理规定》《出版物市场管理规定》《出版管理条例》《印刷业管理条例》等相关法律法规，并制定了《承印单位印制管理办法》《印制质量管理办法》《教材教辅印装质量抽检办法》《产品因质量问题回收处理流程》等管理制度，加强产品的质量管理。

1.出版物选题及质量保证

本公司始终坚持严格把控出版物质量。一是严格选题管理，通过对出版物的选题进行严格筛选与审批，避免出版物出现内容导向问题。二是认真开展审读工作，通过事前审读、事中检查、事后抽检三个方面，严格把控出版物的正确导向和编校质量。三是加强出版流程监管，及时发现问题，不断加强质量管理，提升图书内容质量和编校质量。

报告期内，本公司共审批图书、电子音像出版物的年度选题及增补选题 102 批次，总计 6,341 种，提议撤销 17 种选题，并对 378 种敏感选题的稿件开展内部及外部审读工作。本公司对旗下 9 家图书出版社进行了编校质量抽检，对 11 家期刊开展了审读工作，对 2 家报纸及其新媒体进行了专项质量检查，并对各出版单位的“三审三校”制度执行情况开展了专项检查，同时，加强出版流程监管，及时发现问题，不断优化质量管理，提升图书内容质量和编校质量，确保出版物的高质量标准。此外，本公司还安排专人定期检查出版物页面二维码（链接）的跳转内容，以确保其安全性和合规性。

2. 出版物奖项

在严选出版导向、严控出版质量的基础上，本公司出版了一系列优秀的图书，斩获一批又一批奖项。报告期内，本公司出版的《家园》等 3 种图书入选中宣部重点主题出版物选题，《路魂》等 8 种图书入选国家出版基金项目，9 个项目入选“十四五”国家重点出版物规划增补项目，《寻秦记》等 4 种出版物入选中国好书月榜，《捉》等 2 种图书入选中国好书六一专榜书目，《中国语文教育年谱长编》等 57 种出版物入选四川省 2024—2025 年度重点出版规划项目，《苏辙全集》等 5 种图书入选国家古籍整理出版资助项目，《从戏曲读懂中国》等 2 种图书入选 2024 年国家社科基金哲学社会科学学术通俗读物项目，《大成昆》等 7 种出版物入选四川省第十七届精神文明建设“五个一工程”图书奖。这些荣誉不仅是对本公司出版成果的高度肯定，也激励着本公司不断出版更加优秀的作品。

3. 教材教辅印装质检

本公司历来重视对中小学教材教辅产品印装质量的监管，搭建了教材教辅印装质量评价体系，制定了较为完善的质量管理制度和质量检测标准，以确保教材教辅印装质量。本公司为保证教材教辅质量指标判定严格按照国家标准执行，修订了《新华文轩教材教辅印装质量抽检办法》；制定《承印单位印装质量积分

制》，将质量抽检、生产过程检查等情况纳入积分体系，形成对承印单位的优胜劣汰机制，督促承印单位切实提高质量责任意识；不断完善优化业务流程，建立内部考核办法保障制度举措执行到位；设有质量管理部门，通过不断强化合作印刷厂质量意识，提高其质量管理水平，加大抽检和过程检查的力度等措施，杜绝不合格品出库。报告期内，共抽检教材教辅 2,722 批次。

4.投诉处理机制

对本公司出版的大众类图书，均在每本图书的版权页上留有联系电话，收集读者对编校印装质量的反馈意见，针对有印装质量问题的产品，保证及时退换。对读者反映的编校问题，在图书再版加印时进行修订。

对本公司出版的教材教辅产品，在每本图书的版权页留有联系电话，收集读者的反馈意见，并设立专门的质量管理机构进行处理。有质量问题的产品，若未到用户手上，针对具体情况要求印刷厂整改或者报废；若到用户手上，则按退书流程，回收换货并登记。

对本公司的互联网销售平台客户的投诉，建立了客诉处理机制，由专人审查网络平台言论和对接政府部门，主管牵头协同内部查找深度原因，专人对接解决客户疑问和不满，并持续改进经营管理水平，以此来主动提高服务质量，提升客户满意度。

报告期内，本公司共收到产品及服务的投诉 783 起，投诉解决率为 100%。

（二）推动数字化发展

本公司始终致力于创新经营，深耕数字化战略发展，通过持续探索新技术和新模式，推动企业转型升级。本公司坚持以数字赋能为核心，促进各业务板块的融合发展，同时不断加强数字化升级，以更好地满足人民群众日益增长的需求。

1.内容电商快速发展

本公司在稳固全国图书电商的领先优势的同时，加大内容电商的经营力度，构建“自播、达播和社群”矩阵，通过开展自播、与达人及机构品牌合作带货，持续加强内容电商的货架场建设以及社群经营。报告期内，本公司内容电商业务规模增速高于行业平均水平，直播团队斩获多项全国赛事殊荣。

2.推进数字化阅读服务

本公司充分发挥全渠道运营和海量用户资源的优势，深入推进与上游出版资源的融合发展。报告期内，本公司围绕传统文化、小说等多个内容方向，策划并开发了百余个优质产品；在 2024 年天府书展期间继续设立天府书展·云世界线上主展场，以“文轩九月”微信小程序为核心平台，开展系列文化阅读活动，积极推动“全民阅读”工作。

3.教育数字化转型

本公司积极推进数字化发展，致力于促进信息技术与教育教学深度融合，不断丰富大数据、数字化在教育服务领域的应用场景，提升作为智慧教育服务机构的综合实力。

本公司携手国内教育数字化领域的领先品牌，充分发挥各方资源优势，推出了专为四川初中学生量身打造的融媒体教辅产品《中考易错题全突破》和《中考重难点全攻略》，涵盖 8 个品类，通过“文轩优选”小程序商城直接触达用户，实现了 C 端用户的便捷购买。本公司“智慧作业”项目对学生的学习数据进行采集和深度分析，精准推送个性化学习资源，并提供定制化学习方案；打造的“文轩优教”数字化服务平台年度累计流量达到 312.46 万次，开设的“名师轩讲汇”累计开展了 30 场活动，吸引了 8,000 余名教师参与学习；联合四川省教育学会成功举办了四川省首届“数字化赋能学校高质量发展”系列活动，为四川省教育数字化转型提供了有力支持。

（三）保护知识产权

为规范品牌及商标的使用，夯实品牌及商标保护工作，本公司制定了《品牌使用管理制度》和《商标管理办法》，对品牌的授权、使用和监督，以及商标的使用、转让和权益保护做出了详细规定。本公司对所持有的商标进行全面统筹管理，确保商标信息的准确性和完整性，并与委托的商标代理机构，对商标权益进行全面保护，有效促进了品牌及商标价值的提升，确保公司合法权益得到切实维护，为公司的品牌发展提供坚实的法律保障。于报告期末，公司持有商标数量 366 个，报告期内新申请商标数量 5 个，续展成功商标数量 67 个。

在版权保护方面，本公司坚决抵制盗版行为，持续推进版权保护工作，开展打击盗版书工作。本公司严格遵守《中华人民共和国著作权法》的规定，同著作权人订立合法合规的图书出版合同，并鼓励所属出版单位聘请专业资深律师，依法保护著作权人与出版社合法权益。下属各出版单位向四川省版权局提交了川版图书版权保护书目，版权保护工作从各方面得到了落实。

在版权宣传方面，本公司积极参与四川省 2024 年全国知识产权宣传周活动。本公司子公司四川数字出版传媒有限公司以“开启版权保护新篇章，助力民间文艺新发展”为主题，通过“进校园、进社区、进园区、进网络、进企业”等多种路径，开展了 8 项精彩纷呈的宣传活动。此次活动吸引了包括学习强国、四川电视台、四川日报等在内的超过 30 家主流媒体的广泛关注和参与，覆盖用户超过 1,000 万，视频播放量累计突破 500 万次，在社会各界引发了强烈反响，有效提升了公众对版权保护的认知和重视。

（四）深化绿色供应链

本公司将可持续发展理念深度融入供应链管理，高度重视环境保护、资源节约和循环低碳等因素。本公司优先采购对资源节约有利且环境影响最小的原材料、

产品和服务，不断加强供应链的环境管理，以实现更高效的供应商优选与管控，推动供应链的可持续发展。

1.印刷物资原材料供应商比选

本公司全面贯彻“绿色采购原则”，在印刷物资原材料的采购中要求所有参选单位参加比选的产品必须符合国家相关质量标准，满足《环境管理 环境标志和声明 自我环境声明（II型环境标志）》（GB/T24021-2001）、《环境标志产品技术要求 印刷 第一部分：平版印刷》（HJ2541-2016）、《书刊装订用 EVA 型热熔胶使用要求及检测方法》（CY/T 40-2007）的各项技术和环保要求；所采用的热熔胶、油墨、版材、化工辅料等关键材料必须获得国家绿色环保“十环”认证，并提供与产品匹配的检测报告或其他权威认证材料、VOC 排放报告、不含邻苯二甲酸酯类物质的 CMA 检测报告、MSDS 产品安全技术说明书等绿色资质证明，以确保产品在生产、使用和废弃处理过程中对环境的影响降到最低。同时，所有产品的外包装和标签上必须印有相关环保标识，以增强产品的环保透明度和可追溯性。此外，本公司根据《供应商管理制度》对列入供应商名录的企业进行管理组织与体系、环保标准、品质规范与标准、检验方法与记录、纠正与预防措施等方面的品质评估，筛选合格的供应商。报告期内，本公司主要供应商均提供了涵盖印刷版材、热熔胶、橡皮布、油墨、预涂膜等主要产品的第三方专业质检报告，检测结果均符合绿色印刷要求。

2.印刷商准入

本公司对印刷商实施严格的承印单位准入机制，制定了《承印单位印制管理办法》《印制质量管理办法》等管理制度，用于规范印刷商的产品质量和生产周期，确保产品符合国家及本公司的质量标准。本公司对印刷商实行评级机制，筛选合格印刷商，以分级管理形式分派教材教辅的承印业务，并要求承印教材教辅的印刷商必须提供中国环境标志产品认证证书，实现对印刷产品质量的管控。对

于新聘用的印刷商通常设有 3 年以上的考核期，以确保其具有稳定的供货质量和周期，只有持续达到质量、周期管理要求的供应商，才会继续开展合作。每季开印前，本公司会对各承印单位的条件和产能设备进行复查，若出现环境认证或印刷许可未通过年度审核、不具备生产条件或因违规受到行业主管部门的处罚，以及法律纠纷而存在的潜在风险，将终止合作；对于连续出现质量事故的印刷商，将取消下一季教材或教辅的承印资格；对仍未能整改的印刷商直接取消所有产品的承印资格。

3.图书供应商管理

本公司在选择图书供应商时，遵循高质量、重合同、守信用等原则。在供应商准入前，必须同时满足多项必备条件：对于成立 1 年以上及成立 1 年以内的供应商设立不同的评估标准，从品种规模、市场规模、编辑实力、产品特性等方面对其进行评价。对已建立合作关系的供应商进行信息登记管理，合作过程中如供应商关键信息发生变更，需填写《供应商主数据变更表》并加盖其公司公章或提供相关有效证明对其信息进行变更登记。若供应商已不具备继续合作的条件或双方无继续合作意愿时，则按照相关规定终止与其合作。

报告期末，本公司主要合作印刷物资原材料供应商共计 73 家，其中四川省内 32 家，四川省外 41 家；印刷商共计 655 家，其中四川省内 230 家，四川省外 425 家；图书供应商共计 1,417 家，其中四川省内 172 家，四川省外 1,245 家。

（五）提升物流质量

本公司聚焦出版发行主业，以提升供应链服务质量为核心，通过梳理和优化订单准确率、发货时效等关键指标，构建日报跟踪、实时监控与业务预警机制，实现物流质量目标管理体系进一步健全完善。以提高物流网络运行效率为关键，在华北建成公司首个运输网络中转节点，有效提高配送集货中转能力和物流运作效率。以数字化手段为抓手，投入运行图书自动化柔性包装生产线、可视化订单

跟踪系统、智慧物流运行调度平台等数字化项目，进一步强化本公司全国物流网络的资源调配和高效管控能力。报告期内，本公司订单准确率、发货时效率、日订单完成率等长期保持在 99.9%以上，“超级订单”满足率更是达到 100%；圆满完成了“课前到书”、天府书展、时政读物发行、“双十一”、暑期季、开学季等重点项目和重大活动的物流服务保障工作。

（六）保护消费者隐私

1.保障消费者隐私政策

本公司高度重视消费者隐私保护，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，坚持个人信息收集和使用的合法、正当、透明和必要原则，加强员工信息安全和保密意识，严格规范授权流程，制定有《个人信息安全管理指引》，进一步规范管理公司个人信息数据处理活动；《文轩在线电子商务系统信息安全》管理流程，加强员工客户信息的保密和安全意识，确保客户个人信息的合法、正当使用。

2.网络消费信息安全

本公司针对系统前端安全、信息传输层安全、公网入口安全、系统处理层安全、作业系统安全、合作方传输安全等都设立相应的安全举措。

在系统前端安全方面，本公司采取了多项措施，确保网络消费信息安全，采用自有开发平台，防止恶意开发者滥用接口，并加强平台信息安全处理，确保用户信息不被泄露；对敏感信息实施加密存储和脱敏展示，增强密码安全策略；还完善了用户协议及隐私政策。在信息传输层，本公司采用加密措施，防止网络监听和接口越权处理。在公网入口安全方面，公司通过 Web 应用防火墙（WAF）防护各类常见 Web 攻击，同时利用硬件防火墙定期升级，提升防护能力。在合作方传输安全方面，本公司与代理商、加盟店、中小合作伙伴以及承运商签订安全协

议，明确禁止客户信息泄露，承运商仅接收面单信息，不传输客户账号和联系方式等敏感信息，并需保证配送员不泄露客户敏感信息。

四、筑牢根基，推动稳健经营

本公司贯彻对腐败“零容忍”的态度，不断完善反腐败制度，加强宣传培训，不断提高反腐败风险防控能力。

（一）依法治企 反腐倡廉

本公司始终遵循防止贪污、反腐倡廉的国际通行准则，严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国监察法》等国家法律法规，以及党的规章制度和党风廉政建设相关规定，坚定不移推动全面从严治党向纵深发展。本公司组织各单位、各部门系统梳理廉洁风险关键点，并发送工作提示函，推动预防关口前移。

本公司通过建立健全反腐败制度体系，严格执行《投诉举报制度》，畅通投诉举报渠道，精准运用“四种形态”，依纪依规查办违纪违规案件，保护信访人的合法权益，维护信访秩序，防止损害本公司及股东利益的行为发生。报告期内，本公司未发生贪污诉讼案件。

（二）监督整治 宣传培训

本公司积极开展反腐败日常监督和各类专项整治，从源头防止腐败发生，将党风廉政建设与生产经营工作同部署、同落实、同检查、同考核，确保“一岗双责”贯彻落实到位；本公司依据《干部廉洁从业评价实施办法》，对干部进行多维度廉洁从业评价，形成有效的廉洁风险防控机制。

本公司持续强化“不敢腐”的高压震慑，完善“不能腐”的制度机制，提升“不想腐”的思想自觉，注重党规党纪和反腐倡廉的宣传培训，实现从党员干部到基层员工的全面覆盖，报告期内，参与培训的干部员工达 8,000 余人次；深入开

展党纪学习教育，通过组织参观廉洁教育基地、观看警示教育片、通报典型案例、发送廉洁短信等方式，营造崇廉尚廉的浓厚氛围，引导全体干部员工自觉做到遵纪守法、廉洁自律。

五、践行公益，承担社会责任

本公司始终秉持高度的社会责任意识，努力为运营所在地创造社会效益。本公司立足于出版发行主业的核心优势，发挥文化产业的正向引领作用，致力于弘扬中华文化，推动全民阅读，服务教育事业，助力乡村振兴，促进社会和谐发展。报告期内，本公司对外捐赠共计人民币 4,365.18 万元。

（一）促进文化传播

1. 保护古籍及民族文化

本公司立足自身出版定位、特色和优势，将中长期选题规划与短期规划有机结合，打造聚焦中华优秀传统文化传承与传播的产品线。

本公司在古籍研究整理方面出版了《三苏总集版本荟萃》《长江文献集成（第一辑）》；在传承巴蜀文明方面出版了《苏东坡的理想国》《蜀道十讲》《蜀道遗产丛书·文化遗产第一辑》（6册）；在弘扬中华优秀传统文化方面出版了《中华文化经典课》《流淌的中华文明史》《入画·入戏——品味中国戏曲》《甲骨文词典》《〈说文解字〉部首源流新证》等。旗下巴蜀社拥有中华典籍抢救整理、中国地方志集成、吐鲁番出土文献、中国边疆地理文献、中医药文化传承发展工程等 11 条产品线，并出版了《杜少陵集》、《蜀道方志集成（荔枝道卷）》等 13 项共计 332 册图书。

2. 引领全民阅读

本公司始终以推动文化传承、促进民族进步为己任，倡导全民参与、全民共享的阅读理念，让阅读成为每个人生活中不可或缺的一部分。

报告期内，本公司以“书香七进，让阅读之花开遍城乡”为引领，组织“4.23全民阅读日”活动，开展了400余场书香七进活动，使全民阅读真正做到“惠”全民；在学校，广泛开展“名家天府行”“校园书展”等活动，让孩子们感受阅读的魅力；在农村，通过农家书屋、新时代文明实践中心等平台，为农民朋友提供丰富的阅读资源；通过进机关、进企业、进家庭、进社区、进军营等系列活动，让文化的力量深入人心，为构建书香社会贡献了积极力量。

本公司与各级图书馆充分发挥各自资源优势开展馆店融合，联合举办“你选书，我买单”、精品图书展、名家阅读分享等活动，共筑书香社会，推动全民阅读。本公司在各地店内开展“文轩姐姐讲故事”“少年讲书人”等品牌文化活动，提升全民阅读体验。全民阅读活动期间，人民网、新华网、中国出版传媒商报等国内多家主流权威媒体聚焦报道活动开展情况，本公司西南书城获“年度最美书店”称号，助推了本公司全民阅读推广影响力。

“4.23全民阅读日”期间，本公司结合当地的文化底蕴打造“在地文化专区”，旨在通过承载着在地文化精粹的图书和产品，让走进书店的读者感受到家乡的文化厚度与底蕴。

❖ 案例：本公司推出线上线下阅读新体验

2024年4月26日，四川省第二届“书香天府·全民阅读”大会启动，本公司同步推出“阅读到家”服务，以“把世界打包让阅读到家”为理念，通过“门店自提、小时达、云仓发货”三种配送方式，为读者带去全新的阅读体验；开通线上直播，通过“直播+自播+达播”等多种形式进行全省覆盖，在18个地区及各子品牌的164家实体书店，开展线上直播130余场，形成全省覆盖直播格局，全方位推广全民阅读。

3.加强同业交流

为进一步推广文化传播，促进文化的交流与分享，推广图书，拓宽出版资源，使读者能以更合适的价格购买到心仪的图书，本公司积极参与和举办各类书展，丰富阅读内涵，提升阅读体验。报告期内，本公司举办了天府书展，参与了北京图书订货会、全国图书交易博览会、北京国际图书博览会、中国黄山书会、第二届武汉书展等一系列展出活动。

❖ 案例：打造文化盛会——天府书展

2024 年天府书展采取“国内国际同步、线上线下融合、展示展销结合、多元业态集合”方式举办，国内 30 余家出版传媒公司、500 余家出版发行单位、600 余家馆配机构和 300 余家文创机构参展，展示展销图书 80 万余种，举办各类文化活动 1,000 余场次，共吸引了 5,800 余万人次线上线下逛展，图书及文创产品实现销售码洋 1.05 亿元。《习近平引用诗词释读》四川宣介会、《共生共荣—新时代的中国与世界》新书首发式、第五届“一带一路”出版合作经验交流会、“共建·共享·共育”第三届中国出版创新发展研讨会等众多丰富多彩的配套活动为社会各界献上了一场隆重热烈、惠民利民、交流互鉴的文化盛会。

本次书展还在 9 个国家设立了海外分展场，其中，意大利、巴拿马等 6 个国家为首次设立，策划举办了 30 余场中华优秀传统文化体验活动，扩大了天府书展的国际“朋友圈”。



图 2024 年天府书展活动现场

❖ 案例：亮相书博会

第 32 届全国图书交易博览会（以下简称“书博会”）于 2024 年 7 月 26 日至 29 日在济南举行。本公司集中展示各出版单位讲好中国故事、弘扬中国精神、传播中国声音的重点主题出版物，体现蜀道文化、三苏文化、三星堆、大熊猫等巴蜀文化的精品出版物，赓续中华文脉的优秀出版物，以及近期出版的热点新书和销售产品。四川文轩在线电子商务有限公司的“内容+渠道”融合新型阅读产品、四川数字出版传媒有限公司的“知信链”平台、看熊猫杂志“大熊猫 IP+内容+文创”融合发展成果等也亮相书博会。



图 第 32 届全国图书交易博览会四川展区

4.加强国际传播

本公司深知国际文化影响力的重要性，积极通过版权输出、项目合作等多种形式，推动中华文明的广泛传播。报告期内，本公司共输出各类版权 486 项，引进 177 项。其中《不断裂的文明史》已累计输出 16 个语种，“明星熊猫系列”图书实现多语种输出，并在北京国际图书博览会期间成功举办“熊猫出版中心首批出版成果全球发布仪式”；《大成昆》《家园》实现多语种出版；《琅琊榜漫画》（俄文版）在纸质输出的基础上输出电子书，进一步提升在俄语地区的传播力度。本公司各单位出口书刊和文化商品 8.02 万册（件/套）共计人民币 446.1 万元码洋。本公司旗下 9 家出版社再次全部入选《2024 中国图书海外馆藏影响力》入藏品种排行榜 100 强，本年度约 450 个品种被海外图书馆永久收藏，入选品种数位居全国各出版公司第 4 名。

本公司坚持“走出去”战略方针，参加意大利博洛尼亚童书展、新西兰中国主题图书展等，推进海外发行渠道建设，持续提升中华文化在国际舞台的知名度与美誉度。本年度，本公司在捷克、匈牙利、日本等国家新建 8 个“熊猫书屋”和“四川书架”，供应书刊 6,000 余册，并在新西兰、巴西、智利等国家举办“锦绣四川”图片展；《看熊猫》杂志在国内外发行双语版本 8 万册；已成功举办六届“我是绘者”中法国际绘本创作活动，通过线上线下互动绘画、讲座、研学、展览、跟踪报道的方式，不断丰富传播形态；本公司“熊猫书店”走进法兰克福书展，与法国凤凰书店、英国光华书店、香港中华书局等多家境外书店展开合作，不断推动熊猫文化走向全球。

❖ 案例：中尼、中柬经典著作互译出版项目

2024 年天府书展期间，本公司邀请尼泊尔、柬埔寨代表团参展并举办中尼经典著作互译出版项目首批图书发布仪式和中柬经典著作互译出版项目首批图书签约仪式。本公司以出版为媒深化跨文化交流，在推动文化领域的交流合作、扩大

互译产品的影响力，促进中外文明交流互鉴，为亚洲文化多样性的交流与传播贡献力量。



图 中柬经典著作互译出版项目首批图书发布

（二）助力教育事业

1. 践行协同育人

为进一步拓展和丰富教育服务形式，全力协助各地教育主管部门推进家庭教育指导工作，积极营造家校共育的良好氛围，本公司充分整合资源，携手多地教育主管部门、学校以及社区，聚焦亲子陪伴、青春期沟通技巧、生涯规划引导、心理问题识别与防范等热点话题，面向广大学生家长开展家庭教育公益讲座活动。报告期内，本公司依托“文轩优学”平台开展“家长学校”内容与活动运营，推出“家庭教育公益巡讲进校园”线上线下融合活动；“家长学校”专家库有国家级、省市级，心理、家庭教育、青少年及研究等领域专家 70 余位，与省内各市县教育和体育局合作，举办校园公益讲座 12 场，线上参与直播观看超过 26 万人次。本公司的《蜂蜜公开课》线上讲座每一期以专题形式序列化开展，三期讲座参与共计约 6.5 万人次。本公司《父母“家”油站》名校名师访谈共采访教师 38

人，制作短视频 60 期，单个视频点击量高达 6 万余次，每条视频平均观看量达 2.5 万次，总观看量超过 300 万次。

本公司积极开展课题推进与案例评选活动，与四川省教育学会、总课题组合作组织专家，对《促进中小学生健康生活的家校社立体化协同育人模式研究》课题申报的 38 项子课题进行了评审，最终评出立项子课题 30 项；本公司联合四川省教育学会家庭教育分会开展《四川省中小幼学校家庭社会协同育人优秀实践案例评选》，评选获奖案例 318 项。

2.深化研学活动

本公司致力于助力学生德智体美劳全面发展，培养创新型、复合型、应用型人才。本公司以“五有”研学（有课程、有营地、有导师、有实践、有评价）作为发展路径，整合社会资源，合作共建劳动与实践教育基地，协同推进区域课程开发，组织开展研学活动。

报告期内，本公司不断加强基地（营地）运营建设，新增合作基地 21 个，累计合作基地 244 个；泸州市古蔺县劳动与实践教育营地、遂宁市青少年综合实践营地、广元市利州区中小学劳动与实践教育营地顺利开营。

本公司始终坚持以课程标准引领、突出地方特色的原则扎实推进研学课程开发。报告期内，本公司开发、优化课程共 42 套，内容包含非遗文化、农业生产、无人机等。截至本年度末，本公司已累计完成 421 套通识课程与地方特色课程的研发，不断完善特色劳动与实践教育课程体系。

3.推进教师培训

本公司始终坚守教育服务领域，聚焦教师的发展进步，整合优质教育资源，为教师继续教育搭建专业培训服务平台，全方位、多层次地助力教师提升专业素

养与综合能力，加强教师队伍建设，全力满足教师朝着高素质、专业化、创新型方向成长的需求，推动教育事业高质量发展。

报告期内，本公司开展 400 余场教师培训，内容涵盖学科教师培训、德育培训、“三新”系列培训、骨干教师培训、班主任培训、新进教师入职培训、幼儿园教师培训、家庭教育培训，以及中等职业学校语文新课标解读教研培训、特殊教育新课程新教材培训等，涉及多学科、多学段，采用专题讲座、互动交流、实地参访等多种培训形式。

❖ 案例：举办“2024 年四川省‘国培计划’项目——家庭教育指导师专项培训”

2024 年 10 月 21 日，“2024 年四川省‘国培计划’项目——家庭教育指导师专项培训”开班仪式在成都举行。此次培训以

“家校社协同育人”为主要内容，旨在培养高素质、技能型、应用型的家庭教育工作者，打造专业度高、创造性强、责任感强、一专多能的家庭教育师资队伍，弥补学校家庭教育专业教师的缺口。



❖ 案例：举办新高考新课程新教材培训

为全面深化教育教学改革，2024 年 7 月 8 日本公司携手德阳市教育局举办了德阳市高中三新培训，共计 1,100 余名老师参训。本公司邀请知名教师及教育专家，为参训教师带来前沿的教学理念与实践经验，并通过案例分析、经验分享等形式，帮助参训教师明确未来工作方向和重点。

（三）推动公益活动

1.一木环保公益行动

本公司持续开展“一木环保”公益活动，倡导广大中小學生、群众及员工捐出废旧书刊，交由纸张生产企业再加工、再利用，并将所得投入到中小学环保教育事业。自“一木环保”公益活动启动以来，不断走进校园、社区、机关和企业，号召更多的人参与，取得了良好的社会反响。公司内部“一木环保”公益行动常态化，加强员工低碳节能环保意识，进一步推动企业绿色文明风气养成。报告期内，本公司通过举办主题公益、以旧换新活动、废旧办公用纸和书本再利用等活动，推广“一木环保”理念，培养员工及学生等的环保素养和社会责任感。

“一木环保”活动自开展以来通过“自我造血”的公益模式，已覆盖全四川省 18 个市、135 个区县、6,000 多所学校，超过 600 万学生参与，累计回收废旧书本突破 2.8 万吨，相当于保护了 40 万棵树木免受砍伐。在着力推进公益行动校园“常态化、持续化”基础上，进一步将公益行动向机关、社区等更广的领域延伸。

❖ “一木环保”进乡村

2024 天府书展期间，自贡分展场走进龙潭镇将军村开展“一木环保以旧换新”公益活动，活动中孩子们使用废旧书本兑换新书、文具、绿植等，践行环保公益。



图 “一木环保”进乡村活动

2.太阳星公益行动

本公司自 2013 年起持续开展“太阳星公益行动”，关注乡村校长及教师群体，助力教育服务事业。“太阳星公益行动”聚焦乡村学校发展，帮助乡村学校提升日常管理、文化建设、教育教学水平，宣传乡村教育振兴行动中涌现出的典型人

物和先进事迹。本公司通过组织专家现场及线上指导的方式，激发学校内生动力，发掘学校“亮点”，培育学校特色，狠抓课堂教学改革，促使联盟学校全面发展，全力支持四川省乡村教育的改革发展和振兴工作。报告期内，本公司聘请 52 名专家深入成都、内江、达州等 7 个地区 22 所学校，开展巡诊、培训、研讨、指导、教研等活动共计 35 场。



图 中江县集凤镇中心学校课题开题论证活动

3.乡村振兴行动

本公司始终牢记社会责任，积极投身于四川省内各县市推动的乡村振兴行动。本公司深入乡村，开展一对一的帮扶工作，驻村地点涵盖四川省绵阳市盐亭县螺祖镇新星村、广元市利州区龙潭乡红心村四组村、南充市南部县河坝镇海塘井村等十几个村落。结合各村庄实际情况，明确工作责任及目标任务，每月上门关心帮扶对象，了解脱贫户的生活状况，确保脱贫政策持续落实。

本公司积极对接四川省阿坝藏族羌族自治州壤塘县开展产业帮扶，通过组织优秀学生、优秀教师开展省内研学、师培活动，助力教育振兴；通过捐赠资金、设立公司等方式，助力当地改善产业发展条件，构建产业生态；通过壤塘专刊出版、图片展、非遗宣传等大力推广壤塘特色文旅；通过网络直播和在大型书城及

“天府书展”设置特色文创销售专区带动壤塘农特产品销售，展示壤塘县非遗和文旅融合成果，开展壤塘县文旅项目现场推介和相关活动，助力产业振兴。



图 天府书展壤塘特色文创展区

本公司致力于发挥文化传播能力，通过深度优化扶贫专区形象、突显地方特色，打造农家示范书屋，开展进乡村图书外展、阅读微心愿等活动，助力乡村振兴。本公司关注孤寡老人和留守儿童，开展健康大讲堂公益讲座，关爱老人身体健康；开展文轩姐姐讲故事和互动活动，让孩子领略传统文化魅力，助力其茁壮成长。

❖ 案例：关爱农村留守中小學生，用阅读陪伴成长

2024年4月，在四川省委宣传部、四川省教育厅指导下，本公司联合四川省教育融媒体中心等多家单位，共同发起了以乡村伴读为主题的“乡村阅读课”系列全民阅读文化服务活动，通过打造可持续、可复制、有特色的“乡村阅读课”和具有系统性、典型性和可传播性的乡村阅读活动，切实提升教育惠民惠农成效，营造爱读书、善读书、读好书的浓厚氛围。

2024年4月19日，本公司为该系列活动特别推出的“乡村阅读第一课”——作家阅读分享讲座在广安开讲。



图 儿童文学作家为广安市武胜县飞龙镇大石桥村飞龙小学留守儿童讲阅读成长故事