



2024

环境、社会和公司治理 (ESG) 报告

上海新华传媒股份有限公司



目录

开篇

报告编制说明	01
董事长致辞	02
走进新华传媒	03

01

构建 ESG 管理体系 迈向可持续未来

搭建 ESG 管理体系	07
ESG 重要性议题评估	08
利益相关方沟通	09

02

专题：立足文化惠民 建设书香社会

加强阅读内容引领	11	完善阅读服务体系	15
提升阅读品牌活动能效	12	推动数字阅读高效发展	16
营造主力门店书香氛围	13	加强青少年阅读指导	17
助力区域文化传播	14	加强特殊群体阅读保障	18

03

文化相融 厚植社会价值

优质服务，传递文化价值	20	守护环境，构筑绿色屏障	41
以人为本，成就员工价值	22	节能增效，驱动绿色未来	43
携手共进，打造可持续价值链	34	精益管理，资源循环利用	44
心系社区，贡献公益力量	36	气候守护，绘就双碳画卷	45
服务社会，彰显国企担当	37	绽放共生，守护自然之美	48

04

生态同行 共筑绿色家园

05

卓越治理 共促稳健发展

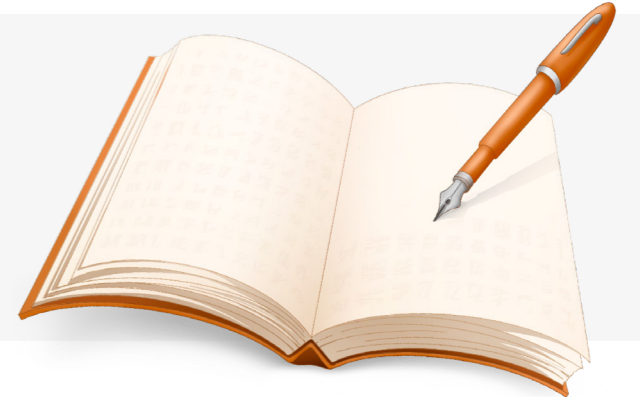
党建引领，凝聚治理合力	50	关键绩效表	57
完善治理，提升决策水平	51	上海国资委《指标体系》指标索引	59
合规为基，筑牢风控屏障	53	读者反馈	64
诚信立业，恪守商业道德	54		
数智赋能，驱动高效运营	56		

结篇



报告编制说明

本报告是上海新华传媒股份有限公司（以下简称“新华传媒”“本公司”“公司”）发布的第 3 份环境、社会和公司治理 (ESG) 类报告，旨在将可持续发展理念融入公司治理，并向我们的利益相关方全面呈现本公司在 ESG 方面的实践信息和相关绩效。



时间范围

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

报告边界

报告披露上海新华传媒股份有限公司及其下属子公司履行环境、社会和公司治理方面的责任信息，相关典型案例来自公司及其下属子公司。

编制依据

联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)
全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》(GRI Standards)
上海国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理 (ESG) 指标体系 (1.0 版)》
上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告 (试行)》
上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》
中国上市公司协会《上市公司可持续发展报告工作指南》
中国社会科学院《中国企业可持续发展报告指南》(CASS-ESG 6.0)
中国国家标准《社会责任报告编写指南》(GB/T36001-2015)

数据说明

本报告所引用的数据和案例均来自本公司和附属公司的正式文件和统计报告。如无特别说明，本报告所示金额均以人民币列示。财务数据若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

称谓说明

本公司、公司、新华传媒	指	上海新华传媒股份有限公司
新华连锁	指	上海新华传媒连锁有限公司
解放教育	指	上海解放教育传媒有限公司
房报传媒	指	上海房报传媒经营有限公司
新华置城	指	上海新华置城文化传媒有限公司
新华文化传播	指	上海新华传媒文化传播有限公司
申报传媒	指	上海申报传媒经营有限公司
申活馆	指	上海申活馆文化创意有限公司
上海国资委《指标体系》	指	上海国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理 (ESG) 指标体系 (1.0 版)》
交易所《指引》	指	上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告 (试行)》
交易所《指南》	指	上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期	指	2024 年度

报告获取

本报告以中文简体编写，并以网络版形式发布。网络版于上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn/>) 查阅下载。

董事长致辞

尊敬的各位股东、合作伙伴及社会各界朋友：

2024 年，新华传媒秉持“赓续文化传承，建设文化强国”的初心，面对复杂多变的市场环境，始终以社会责任为导向，将 ESG 理念深度融入企业战略和日常运营。在此，我谨代表公司董事会，向长期支持新华传媒的各界同仁致以诚挚感谢！并分享我们在 ESG 方面的实践与思考。

以文化使命驱动可持续发展

新华传媒作为文化传承的践行者，始终将弘扬中华优秀传统文化、推动社会文明进步作为核心责任。过去一年，我们通过上海书城更新改造项目，打造城市文化新地标；融合江南文化底蕴与现代阅读场景，为市民提供多元文化体验；布局特色主题书店，覆盖红色文化、非遗传承等领域，助力文化自信建设。同时，在服务教育领域，我们深化校企合作，提供优质教材与数字化教育资源，推动教育公平与创新。

以绿色转型赋能高质量发展

面对“双碳”目标和数字化转型的双重机遇，新华传媒加速推进业务绿色化与智能化。我们通过数字化平台建设，优化发行流程，减少资源消耗；在供应链管理中引入环保标准，优先选择绿色印刷材料，降低碳排放。此外，公司积极践行绿色办公理念，通过节能改造与无纸化办公，实现运营环节的低碳化。


以规范治理筑牢发展根基

公司治理是 ESG 实践的基石。2024 年，新华传媒进一步完善治理架构，优化董事会决策机制，强化风险管控与合规管理。我们通过组织机构调整与人才梯队建设，提升了管理效率与透明度，确保股东权益与员工福祉的平衡。在党建引领下，公司持续加强党风廉政建设，注重党建活动内容和形式创新，激发企业组织活力，搭建起企业文化与核心价值观深度融合的桥梁。

以人文关怀凝聚向善力量

员工是企业最宝贵的资产。我们坚持以人为本，通过精心设计的员工权益保障计划、完善的职业培训体系以及贴心的心理健康支持机制，全方位赋能员工成长。2024 年，公司投入更多资金，大力提升员工福利水平与家庭关怀，并积极开展公益捐赠、社区志愿服务等活动，以实际行动生动诠释“商业向善”理念，传递企业温暖与担当。在全球经济向可持续发展加速转型的背景下，ESG 已从国际共识升维为企业高质量发展的核心引擎。新华传媒立足文化强国建设这一关键历史节点，前瞻性的将 ESG 理念作为发展的重要支点，全方位推进战略布局。一方面，积极拓展红色文化传播版图，创新探索“文化+”多元融合的崭新模式，让红色文化焕发时代活力；另一方面，严格遵循国际标准，强化 ESG 信息披露工作，以透明化管理提升品牌公信力，塑造行业标杆形象。同时，持续深化教育公益项目，助力乡村振兴战略，全方位提升青少年综合素养。

未来，新华传媒将在文化赋能、治理升级与社会公益等领域持续深耕，推动文化价值、商业价值与社会价值的协同共进，为创造美好生活、推动文化繁荣注入磅礴力量。



胡明华

上海新华传媒股份有限公司党委书记、董事长

2025 年 3 月

走进新华传媒

公司概况

上海新华传媒股份有限公司（简称“新华传媒”，股票代码：600825）是横跨图书发行和报刊经营两大领域、国内第一家实现上市的文化传媒企业。2013年10月，新华传媒成为全新组建的上海报业集团旗下唯一A股上市公司和主要资本平台。公司已形成图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务板块，旗下图书发行业务主体上海新华传媒连锁有限公司是上海地区唯一使用“新华书店”集体商标的企业，拥有位于上海的所有新华书店、上海书城、江南书局以及特色书店1925书局、1927·鲁迅与内山纪念书局，直营网点50家，同时拥有上海市幼儿园教材、中小学教材和中专职业学校教材的发行权；公司还拥有《上海学生英文报》的经营权，在上海具有较高知名度和影响力。

企业精神

“凝新增华 守正力行”——
凝聚创新力量增添华彩篇章，守住文化正道奋力拓展前行。

业务布局

公司积极践行书香社会建设，围绕“1+3”业务布局转型发展，优化做强实体书店，提升上海全民阅读建设能级，进一步推动实施“书香上海”建设工程。

书店业务

建设“5+5+N”旗舰网点打造新业态系列品牌，推动书店形象升级、业态布局优化，打造文化空间、精神家园。

金融投资业务

积极发挥资本平台功能，通过“远近结合”的基金投资、直接投资，稳固经营业绩、保障资本增值、助推战略转型。

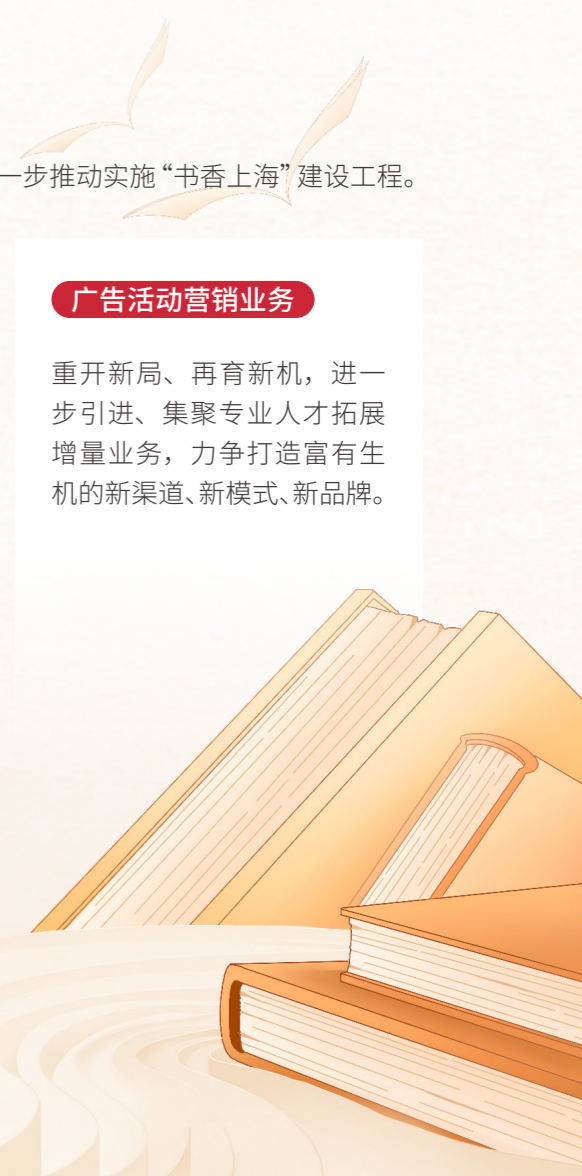
房产及物业运营业务

加强存量物业集中管理、科学管理、精细管理，提升运营效益。

广告活动营销业务

重开新局、再育新机，进一步引进、集聚专业人才拓展增量业务，力争打造富有生机的新渠道、新模式、新品牌。

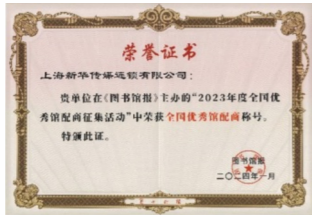
5+5+N



年度荣誉

1月

新华连锁获评“2023 全国优秀馆配商”和“2023 全国优秀教材经销商”



3月

“1927 书局 x 熊猫书店：在四川北路遇见爱读鲁迅的轩小乐”特别联动项目获“营销金案”奖，2023 上海市残疾人读书系列活动获“创意营销案例”奖

4月

1927·鲁迅与内山纪念书局斩获殊荣，被授予“年度最美书店”称号



6月

新华连锁荣获全国“新华书店馆配十强”称号



8月

江南书局·嚶城之瞳入选2024 年“书香飘万家·最美家庭遇见最美图书”上海市第三批“家+书屋”

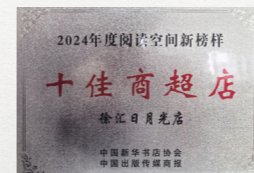
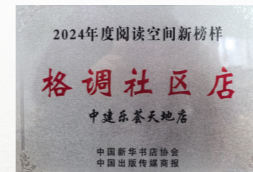
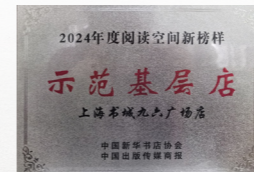
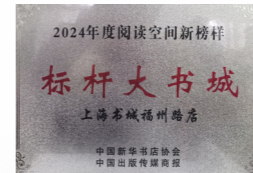
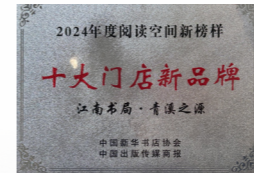


11月

以融合创新激发实体书店焕发新活力”和“城市转角的‘逆光’书店，为残障人士点亮阅读之光”两项案例，分获“坚守主责主业”案例和“创新经营”案例；“1927·鲁迅与内山纪念书局赓续历史文脉”入选“第二批长三角人文经济典型案例”

11月

江南书局·青溪之源荣获“十大门店新品牌”奖；上海书城福州路店荣获“标杆大书城”奖；上海书城九六广场店荣获“示范基层店”；中建乐荟天地店荣获“格调社区店”奖；新华书店日月光店荣获“十佳商超店”奖；上海书城福州路店团队、江南书局·青溪之源团队荣获“卓越运营团队”奖



12月

公司荣获第五届上海文化企业十强提名企业称号



12月

“新华悦读”系列荣获2024 年上海市振兴中华读书活动优秀示范项目的称号。上海书城福州路店、1927·鲁迅与内山纪念书局、1925 书局、上海书成长宁路店、新华书店周浦万达店、新华书店·逆光 226 店、南村映雪店、江南书局·青溪之源、江南书局·书的庭院、新华书店八一路店共十家特色书店荣获“最美阅读空间”的殊荣

年度大事记

一月

- 公司召开年度工作务虚会，就 2024 年度各业务板块工作计划开展研究和讨论

二月

- 公司召开 2023 年度评先评优表彰会
- “江南书局·青溪之源” 在上海青浦开业
- 顺利完成 2024 年春季中小学教材发行任务

三月

- 举办“新华 e 启爱” 线上直播义卖 & 新华公益便民集市
- 公司召开 2023 年年度董事会和监事会，审议通过了 2023 年年报等相关议案

四月

- 经上海报业集团党委研究决定，任命胡明华同志为公司党委书记
- 在四川成都举办春季图书馆配会议
- 全新阅读品牌“新华悦读” 在上海书城福州路店正式启动
- “新华悦读·知新书院” 全新亮相
- 新华书店中建乐荟天地店开业

五月

- 选举胡明华先生为公司董事长，选举吕晓慧女士为监事会主席
- 公司召开党纪学习教育警示会议

六月

- 公司召开工会职代会联席会议
- 公司召开庆“七一” 党员大会暨“学党章守党纪跟党走” 知识竞赛决赛

七月

- 上海文化润疆项目——“江南书局·丝路之光” 落地新疆喀什古城
- 公司召开 2024 年半年度经营工作会议
- 公司召开上半年平安建设工作总结会

八月

- 公司召开 ESG 项目启动会议，设置 ESG 委员会
- 完成秋季中小学教材发行任务
- 公司参展 2024 上海书展暨“书香中国” 上海周
- 首家“健康书房” 落地黄浦区豫园街道社区卫生服务中心

九月

- “2024 上海书展·中国书业馆配年会” 成功举办
- 公司召开 2024 年第三季度平安建设工作会议

十月

- 公司召开 2024 年三季度经营工作会议
- 新华书店朱泾店重装亮相
- 上海书城福州路店举办周年庆活动
- “健康书房” 落地打浦社卫日月光服务站

十一月

- 公司开展以“学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，推进新时代国有企业党建高质量发展” 为主题的党组织书记培训
- 公司举行消防应急演练暨年度平安建设工作总结会

十二月

- 公司召开 2024 年职工趣味运动会
- 新华传媒“书香上海流动书房” 亮相申城
- 公司举行 2024 年度精神文明建设工作专题学习交流会



.....
构建 ESG 管理体系
迈向可持续未来

搭建 ESG 管理体系

为更好实现公司可持续发展，新华传媒建立由 ESG 委员会、ESG 领导小组、ESG 执行小组组成的“决策—管理—执行”三级 ESG 管理架构。董事会为公司 ESG 事宜最高责任机构，负责领导和监督公司 ESG 工作，决策公司中长期战略发展规划及 ESG 管理方针，审阅公司年度可持续发展工作计划及执行情况，审批公司 ESG 相关制度文件。

ESG 委员会以定期会议与临时会议结合的方式，审核公司可持续发展战略、执行计划、目标、进展和信息披露内容等。公司聘请具有可持续发展专业知识的第三方机构更新可持续发展的前沿进展、工作思路、技能及经验，每年度向 ESG 委员会、ESG 领导小组、ESG 执行小组的全体人员进行培训交流等。

ESG 管理体系工作机制

会议类型	频次
董事会会议	1 次 / 年度
ESG 委员会	1 次 / 半年度
ESG 领导小组会议	1 次 / 季度
临时会议	重大事件及临时需要



2024 年 8 月，公司召开 ESG 项目启动会，正式成立由 ESG 委员会牵头的管理体系

ESG 三级管理架构



ESG 重要性议题评估

新华传媒依据上海国资委《指标体系》、交易所《指引》、交易所《指南》等 ESG 指引，结合年度热点议题、国家政策、行业趋势，同时基于公司的实际发展情况，识别出 19 项具有影响及财务双重重要性的议题，为公司可持续发展体系搭建奠定方向与基础。

梳理公司业务活动和背景

- 梳理新华传媒自身业务活动关系、战略发展和计划
- 梳理与新华传媒相关的法律和监管政策、行业特点
- 分析梳理利益相关方的参与方式、群体类型及分布情况

识别议题，建立议题库

- 以上海国资委《指标体系》与交易所《指引》议题为基础，结合所处行业特点、其他国内外可持续发展相关标准，识别潜在的重要性议题
- 结合自身情况，识别议题相关的影响、风险和机遇，汇总建立公司议题库

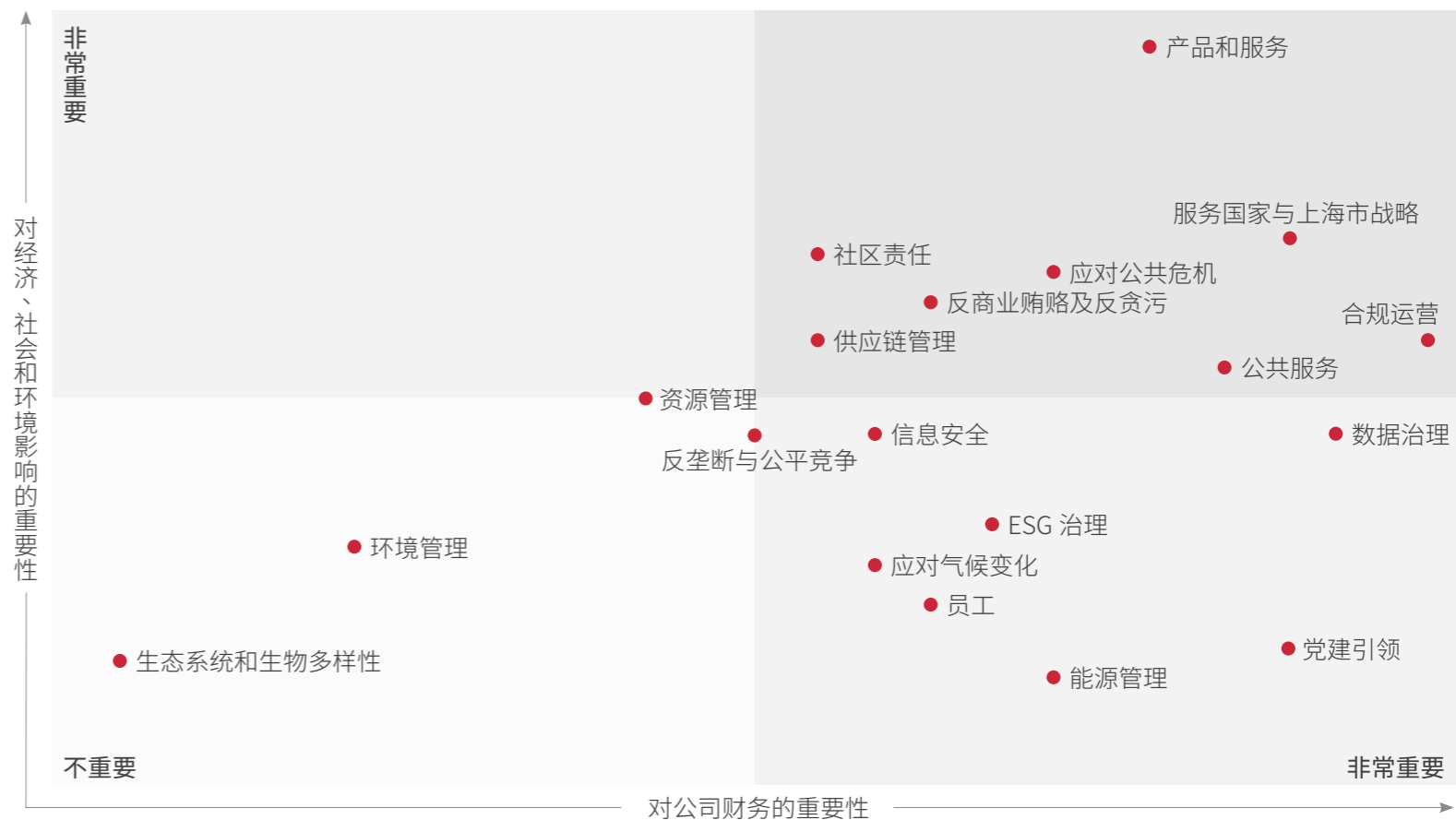
议题重要性评估与确认

- 充分调研不同利益相关方，咨询公司管理层及相关专家、外部专家，分别开展影响重要性、财务重要性评估
- 整合影响与财务重要性结果，绘制双重重要性矩阵图

议题报告

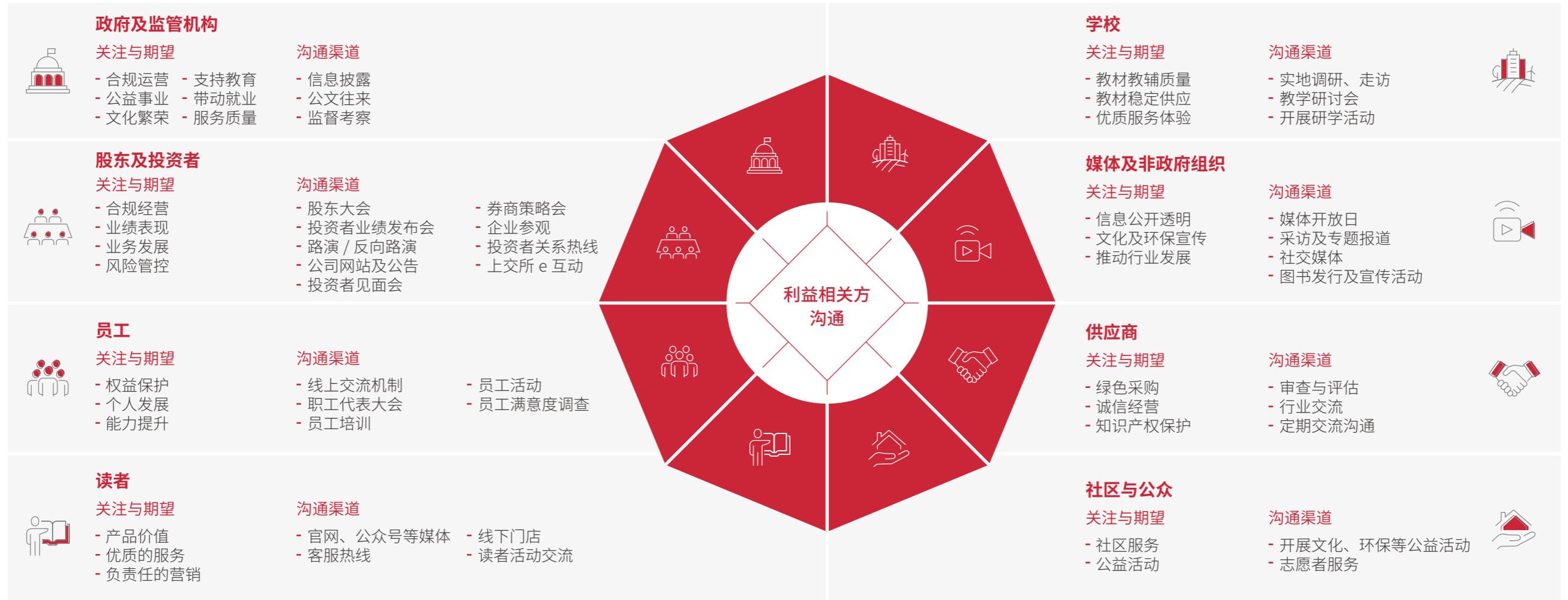
- 汇总披露双重重要性评估的分析过程与结果

双重重要性议题矩阵



利益相关方沟通

新华传媒高度重视与利益相关方的沟通，积极通过各种交流渠道了解利益相关方对本公司可持续发展工作的关注点，形成常态化沟通机制，并持续改进，提升管理绩效。



专题 立足文化惠民 建设书香社会

2024 年，新华传媒对照“十四五”规划、关于促进全民阅读工作的意见、新一轮文化品牌建设总体规划指引等部署要求，进一步推动业态布局优化。公司通过找准定位，匹配读者需求，丰富阅读资源，拓展阅读空间，奋力打造习近平文化思想生动实践地的“新华答卷”，为探索建设文化自信自强的“书香上海”提供鲜活生动的实践范例。

加强阅读内容引领

公司深入推进习近平新时代中国特色社会主义思想读物的学习阅读,有效推动马克思主义经典著作的学习阅读,增进广大群众的政治认同、思想认同和情感认同。同时,公司大力提倡阅读领悟中华优秀传统文化,以出版产品、主题活动为媒介,厚植文化底蕴,增强文化自信。

报告期内,新华连锁全力做好《习近平关于全面加强党的纪律建设论述摘编》《全国第六批干部学习培训教材》《论教育》《中国共产党纪律处分条例》(单行本)《习近平文化思想学习纲要》及党的二十届三中全会文件及辅导读物等重点红色主题图书发行工作。



红色主题图书发行

上海书城红色书山, 传承新时代文化思想的精神高地

上海书城首层公共文化广场矗立着一座用红色读物搭建而成的“书山”,象征知识的累积和人类不断追求进步的精神。作为传播习近平新时代中国特色社会主义思想的重要红色阵地,红色“书山”主要用于陈列重点主题图书,这些图书深入探讨了习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质和实践要求。通过在这座红色“书山”前驻足阅读,市民读者可以深刻感受到习近平新时代中国特色社会主义思想对于推动社会主义文化繁荣兴盛、建设社会主义文化强国的重要意义。



上海书城福州路店红色书山

提升阅读品牌活动能效

新华传媒全新阅读品牌“新华悦读”于2024年4月在上海书城福州路店正式启动。“新华悦读”树立“大阅读”“悦读”等现代理念，创新阅读活动形式，注入有灵魂、有温度的文化活动，成为符合上海城市建设发展方向的文化活动新品牌。“新华悦读生活节”“新华悦读·文学书房”和“新华悦读·上海书城快闪周”，以及新华悦读·知新书院及新华悦读·书香校园、新华悦读·名家讲坛等品牌活动，共同构成新华传媒书香品牌矩阵。截至报告期末，公司已举办各类主题活动120余场，近50万人次参加，以“文化活动”和“文化服务”提升上海全民阅读建设能级。

新华悦读生活节，多元文化引领城市阅读新风尚

新华连锁以“书店+”多元业态引领城市文化新风，积极拓展户外阅读体验空间，挖掘文化消费潜力，推出“新华悦读生活节”。以文化集市的概念打造一个以图书为核心，聚集众多展商、多元内容，展示与传递文化的场所，将“生活，是很好玩的”的理念通过丰富多样的活动形式传递给市民，让阅读与生活更加紧密地结合。同时，生活节以“悦读、享乐、书市、风尚、非凡、食味、趣玩”七大板块，邀请众多知名品牌入驻，以丰富的业态类型，集中展示文化创意、推广新生活方式。报告期内，“新华悦读生活节·春日季”累计举办14天、29场文化及音乐活动，吸引人流超过40万人次。



新华悦读生活节



“新华悦读”品牌系列活动启动仪式



营造主力门店书香氛围

公司通过技术升级、业态发展、文化互动、商业联合等方式，实施“一店一策”，大力发展特色亮点，在打造具有影响力的文化新空间的探索中实现新突破。同时，以上海书城、江南书局等门店以点带面，不断补全“5+5+N”书店版图，植根公共文化服务阵地，加强文化供给，积极推动旗下实体书店参与市民夜校、美育课堂、白领课堂、残障关爱、文化润疆等公共文化服务，嵌入市民“生活圈”。

上海书城，悦读上海

公司下属上海书城被赋予文化业态的迭代创新升级意义，实现了从图书卖场到文化空间、再到生活美学磁场的提升。书城推出“悦读·书城‘里’”快闪品牌，围绕食、阅、玩、乐四种城市生活方式，设置不同区域和布局，配合极具设计感的布景、以异业合作和复合型活动方式，利用“悦读·书城‘里’”的四个主题空间，举办知名作家签售会与电影展、大型漫画书展、摄影展、时装展、江南文化音乐会、歌手表演、声乐课堂、联名文创售卖等活动，吸引人们走进书城，来“悦读上海，了解上海”，提高市民文化消费的习惯和品质。报告期内，上海书城累计开展场内场外文化活动 643 场，累计惠及人数超 50 万人次。



上海书城福州路店



上海书城快闪周

助力区域文化传播

公司不断丰富出版产品的内容、载体和形式，大力推荐具有地方特色的优质出版物，结合丰富的地区文化资源，深化专题阅读活动内涵，促进优秀出版物的阅读推广和传统文化传播。

江南书局·嚮城之瞳，推广嘉定文化

“江南书局·嚮城之瞳”坐落于嘉定，是一家深度挖掘并弘扬本土文化的特色书店。该书局不仅在地下一层设有非遗项目展示区，还在一层巧妙融入多个嘉定非遗项目的文创作品，与丰富的书籍陈列相得益彰。在书籍选择上，书局特别设立了“吾嘉书橱”，精选江南及嘉定人文主题图书、嘉定人物志等，充分利用公司资源，积极推广嘉定地方特色文化与历史，为读者营造了一个文化与艺术交织的阅读空间。



吾嘉书橱

江南书局·丝路之光，传播新疆故事

“江南书局·丝路之光”书店坐落于喀什古城西区景区内，是上海市委宣传部 2024 年重点文化润疆项目之一。项目于 2024 年 6 月底完成整体施工开业。书店布局以江南传统文化元素为基础，并与当地民族文化相融合，主要图书种类围绕青少年成长，定位以书店为场，以作品、作者、读者为媒，服务喀什当地青少年儿童，传播各类非遗文创，助推全面铸牢中华民族共同体意识，展示传递新疆的艺术文化、历史风貌、民族风情，向世人讲好喀什故事、新疆故事。



江南书局·丝路之光

江南书局·青溪之源，宣传新江南主题

“江南书局·青溪之源”自落成以来，结合青浦当地文化主题、受众定位，不断拓宽“书店+”的空间形态，同时，深入围绕“新江南”主题，利用书店特有的文化资源，结合当地文化特质，引入读书活动、艺术展览、非遗项目等多形式文化活动，逐步将其打造为具有“江南韵、本土味、现代风”的江南文化体验新空间、新景观。



青溪之源江南韵布景

完善阅读服务体系

公司不断优化阅读服务网络，科学规划和布局阅读场所、设施和内容建设，与商场楼宇、医院、社区活动中心等综合性公共服务场所联动发展，与中小学校建立友好关系，开拓“健康书房”与“知新书院”两大全新品牌，实现资源共享、功能融合、活动互通。

健康书房，普及医疗知识

为将传统书店与医院场景、健康科普成果相结合，服务公众及医院全体医务人员，公司于2024年8月在黄浦区豫园街道社区卫生服务中心建成并落地首个“健康书房”。该书房位于中心门诊大厅中央，为读者提供现场阅读、免费借阅、科普视频、科普文创成果展示等阅读服务。新华“城市书房”阅读大数据服务“精准选品”，为书房挑选健康科普类书籍供读者借阅。该项目已经纳入上海新华书店连锁网点书香上海体系，读者可在上海书城APP等官方平台上查询并前往。“健康书房”的引入让书香与健康有机结合，并纳入科技创新行动科普成果转化建设，赋能医院人文内涵建设。



首个“健康书房”在黄浦区豫园街道社区卫生服务中心落地

知新书院，助力校园书香满溢

2024年，“新华悦读·知新书院”于“4·23世界读书日”落成开业。书院建立了丰富多元的藏书体系，为全市中小学图书馆提供高质量的图书采购、配送服务。同时，充分发挥场地优势和作者资源，以书为媒，为学校图书馆教研员及相关教师提供业务交流、学术讨论、新品体验、实践创新等活动。书院还同步开展数字图书资源建设，助力学校打造信息化、智能化、个性化图书馆。截至报告期末，“新华悦读·知新书院”携手多位知名作家及其优秀作品走进上海20余所校园，开启“书香校园”读书月系列活动，服务师生3,000余人次。



新华悦读·知新书院

“新华悦读·书香校园”文化品牌活动



推动数字阅读高效发展

公司“实体书店数字化建设与应用”项目成功申报 2024 年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金。项目推动实体书店线上与线下、实体空间与数字平台的同步融合发展，实现实体书店智慧管理、智慧服务、智慧展示，提升运营水平和市场竞争能力，使书店成为集大众阅读、文化展览、学术研究、主题教育等功能于一体的城市新型文化空间，加速推进“书香社会”建设，构建数字阅读内容供给新模式。



书店数字化转型升级

加强青少年阅读指导

公司注重时代性和导向性，加大贴近青少年读者需求和阅读习惯的主题读物出版和推荐力度，注重多元阅读渠道融合、阅读与实践结合，强化青少年理想信念教育。

上海学生英文报，引领正确价值观

公司下属《上海学生英文报》紧密围绕高中教学大纲，精选了涵盖“人与自我”“人与社会”及“人与自然”三大主题的语篇材料。在“人与自我”方面，报刊聚焦于生活与学习的平衡、做人与做事的准则等内容，旨在帮助学生建立正确的自我认知，提升个人成长与发展的能力；在“人与社会”方面，报刊则通过呈现社会服务与人际沟通的实践案例、文学、艺术与体育的丰富面貌等，增强学生的社会参与意识和跨文化交流能力；在“人与自然”方面，报刊深入探讨了自然生态的重要性以及环境保护的紧迫性，培养学生的环保意识和责任感。通过这些主题明确的阅读材料，公司有效地加强了阅读内容的引领作用，促进了学生综合素质的全面提升。



加强特殊群体阅读保障

公司秉承对残障群体的深切关怀，不仅为残障群体提供无障碍阅读服务，更积极推动全社会形成关爱、帮扶残疾人的良好风尚。

上海书城，残障人友好书店

公司下属上海书城是第一家能让残障人士无障碍全通过的上海书店。除了一楼有为残疾人轮椅服务的无障碍通道、每层都设置无障碍厕所设施外，上海书城更巧妙地将坡道与楼梯入口设计于正立面同一处，力求实现“书城对所有读者畅通无阻”。



上海书城门口的无障碍通道

逆光 226，开展帮扶残疾人实践

作为上海首家残疾人友好书店，“逆光 226”书店由下属公司新华连锁联合上海市残疾人联合会、上海市黄浦区瑞金二路街道共同打造。书店以非视觉文化为核心理念，通过阅读、影音和视觉以外的感官体验等多种活动形式，全方位地向大众传播对残疾人的关爱，打造残健共融的良好氛围，引领换一个角度来“看”世界的学习新风潮。逆光 226 旨在让残疾人能和健全人一样，拥有阅读的自由，平等地触达知识，并致力于加强全社会关爱、帮扶残疾人的宣传和开展扶残助残文明实践行动。此外书店内的文创产品均由残障人士亲手制作，并通过公益售卖的形式进行推广，这不仅为他们的才华提供了展示平台，更为其经济独立与社会融入开辟了新途径，进一步保障了残障群体的阅读权益。截至报告期末，逆光 226 共开展活动 40 余场，参与人数约 2,000 人次。



残障人士制作的文创



截至报告期末

新华连锁共有 **6** 家门店设有无障碍坡道

分别为：福州路店、长宁店、曹杨店、新建路店、牡丹江店、七宝店。



文化相融 厚植社会价值

新华传媒以文化为纽带，融汇社会关切与企业责任，传递文化价值、赋能员工发展，推动行业共进与社区发展，彰显国企担当，携手社会各界共同构建多维度可持续价值体系。

- 20 优质服务，传递文化价值
- 22 以人为本，成就员工价值
- 34 携手共进，打造可持续价值链
- 36 心系社区，贡献公益力量
- 37 服务社会，彰显国企担当



优质服务，传递文化价值

产品质量与客户服务

新华传媒以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以传播社会主义精神文明和科学文化为己任，依法经营、规范管理，以优质的服务和丰富的品种来不断满足全社会读者的需求。公司及下属子公司依据业务特色，不断完善公司的产品及服务质量，优化客户及消费者体验，提升品牌影响力。



新华连锁获得 ISO 9001 质量管理体系认证证书



新华连锁获得 GB/T 27922 商品售后服务评价体系（五星级）认证证书



新华传媒

- 为确保舆论导向正确，确保新媒体发布信息的真实准确、合法合规，营造风清气正的网络空间，公司制定《网络信息发布管理规定》，公司及下属各单位开设各类新媒体平台官方账号，须报批并备案。官方账号实行与传统报刊一致的宣传导向管理要求，要求各个账号严格落实“三审”制度，确保令行禁止、“三审”到位。
- 为加强对公司所辖范围内办公、经营场所及物业租赁房产的平安建设巡检力度，公司制定《平安建设巡检制度》，通过辨识、评价和控制风险，制定针对性风险控制措施，进行分类房产巡检和不定期专项检查，有效预防和减少安全事故。



新华连锁

- 制定《教材中心客户服务管控制度》，根据教材发行工作规律，对征订前中后三阶段客户服务质量进行管控，并由专门部门负责对一线发行服务的质量进行检查、考核，并与绩效挂钩，提升服务质量。
- 制定《门店规范服务检查、奖惩办法（试行）》，通过明确的奖惩机制激励员工积极遵守服务标准，确保门店服务质量，提升客户满意度。
- 制定《采配中心服务承诺》和《馆配中心顾客满意度测评程序》等文件，根据馆配批发条线，实行点对点跟踪回访，不断完善内部服务流程控制，跟踪客户满意度情况，馆配中心服务满意度基本保持在 90% 以上。
- 所属门店均设有“图书缺书登记”服务措施，更好地满足读者的文化需求。



房报传媒

- 制定《上海书城物业客户服务管理制度》，定期与商户进行线上、线下沟通，了解商户的实际经营情况及想法，协调商户活动提供相关支持。此外，针对所有商户每年计划开展一次满意度调查，以发放电子版问卷的形式进行，问卷涵盖物业管理四保（维修保养，保安，保洁，保绿）内容，请商户提出宝贵建议。报告期内，物业满意度达 89.29%。
- 积极宣传安全防范政策和要求，指导租户依法做好安全防范，及时纠正违法违规行，并跟进整改工作，确保租户安全。在收租或日常巡检过程中，及时收集租户的反馈信息，根据租户反馈，做好上传下达，确保信息畅通，及时回访，让问题得到解决。



新华文化传播

- 软件研发方面，根据《软件开发管理制度》的操作流程，保证软件开发的系统化和标准化。
- 系统运维方面，从网络安全、主机安全、应用安全、数据安全、运维安全以及业务连续性等六方面加强系统运维的工作质量。

产品研发创新

公司鼓励并倡导员工技术创新，针对数字化创新项目进行激励。2024 年，公司开展“馆配业务管理系统”“图书编目管理系统”“物业管理系统”等新项目系统的自主研发，实施“上海书城 APP”项目的自主迭代升级，促进了政企团购、图书馆配、物业租赁等公司主营业务的创新发展。

公司基于 CNONIX 标准建设的数据中心持续为行业提供图书元数据。2024 年，公司上传国家服务平台新书数据 52,391 条。截至报告期末，累计上传国家服务平台新书数据 553,366 条。

▶▶ 报告期内

平台为 CNONIX 国家服务平台上传图书信息

493,394 次

品种

123,671 本

其中国家平台没有的图书共

52,391 本

▶▶ 截至报告期末

平台累计上传图书信息

2,715,357 次

品种

778,006 本

其中国家平台没有的图书共

553,366 本

为保护公司知识产权，公司建立《无形资产管理制》，规范无形资产的管理行为，从而避免因违反国家法律法规而遭受的财产损失风险、防范知识产权管理中的差错和舞弊。

案例

“知识产权漫谈”实务培训课

2024 年 11 月，公司开展团组织书记、青年骨干培训班，近 30 名员工参与培训学习。在“知识产权漫谈”实务培训课上，员工代表结合新媒体业务实际，通过经典案例的解析，讲解知识产权法的体系和法条，让大家对知识产权保护有了更深刻的认识。此次培训不仅提升了员工自身的法律素养，也为今后在工作中防范知识产权风险提供了有力支持。



“知识产权漫谈”实务培训课

以人为本，成就员工价值

新华传媒一贯坚持以人为本的原则，持续完善招聘雇佣机制和薪酬福利保障体系，打造平等包容职场，守护员工健康与安全，切实维护员工权益，提升员工获得感、幸福感。

员工雇佣与待遇

新华传媒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定《人力资源管理规范》等若干内部制度，严格依照“公开、平等、竞争、择优”原则进行招聘，依法履行劳动合同，与员工建立规范的劳动关系，明确双方权利义务。公司依法为员工办理各项社会保险，实现 100% 覆盖，切实维护劳动合同双方的合法权益。

截至报告期末

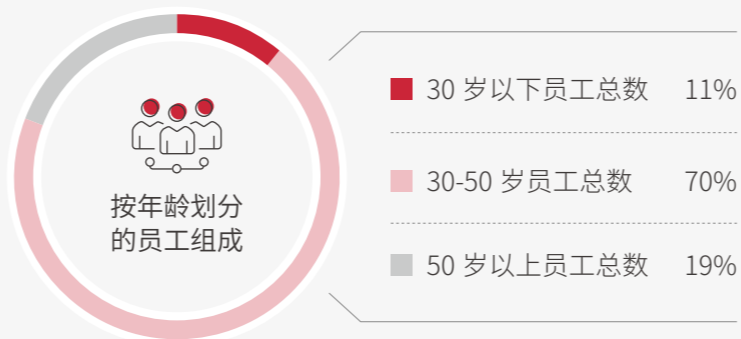
公司共有员工
1,236 人

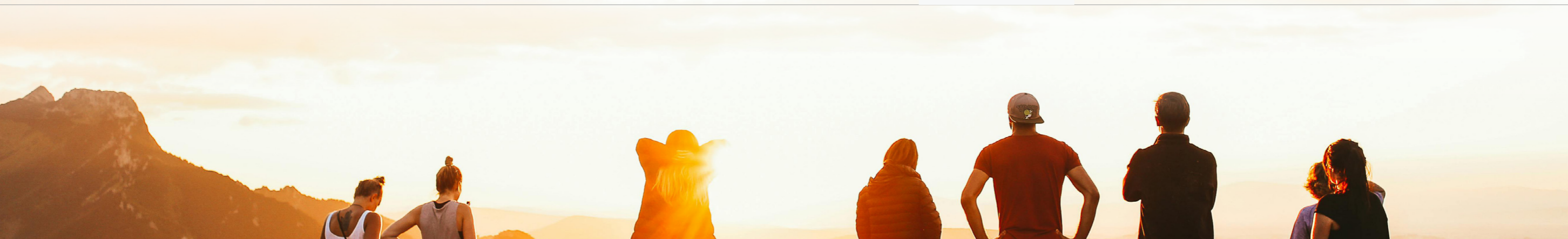
员工流失率为
5.72%

其中残障员工
8 名

少数民族员工
18 名

员工组成





多元化与反歧视

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《人力资源管理规范》等制度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。此外，公司对招聘相关人员的行为规范进行明确规定，确保在招聘过程中不存在针对性别、年龄、性取向、宗教、种族等方面的歧视；在具体面试过程中，严格遵守面试流程并组织录用审批，确保员工招聘平等。

▶▶ 报告期内

公司未发生任何用工歧视、骚扰事件。

反童工与反强制劳动

公司恪守《未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等法律法规，在招聘中严格筛选年龄信息，避免使用童工；在录用环节，公司与候选人在双方平等自愿的前提下签署劳动合同，杜绝强制劳动的情况出现；员工报到后，所有录用材料均录入信息系统，便于系统化、电子化管理。如发现违反劳工准则的情况，公司将依据流程立即查找漏洞，制定解决方案并及时处理。

▶▶ 报告期内

公司未发生任何雇用童工、强制劳动等违反劳工人权制度的事件。

工作时间与休假方式

公司依据国家和地方性法规制定工时与休假政策，实行标准工时制，周工作时间不超过 40 小时，确保员工享有法定节假日、婚丧产假和双休日。公司严格控制加班情况，员工依工作任务进度自调工作时间，如确需加班，需经批准后按国家规定计算薪酬，法定节假日由公司派加班单，并按国家规定直接计发加班费。此外，鉴于特殊岗位的机动作业难用标准工时衡量，双方协商采取不定时工作制，使员工的休息时间与工作时间得到更好地协调。

▶▶ 报告期内

公司享受产假员工返岗率 享受育儿假员工返岗率

100%

100%

女性员工权益

公司尊重并关爱女性员工，谨遵国家法律法规和政策要求，积极落实育儿假、哺乳假、孕妇工间休息假等制度，保障女性员工的合法权益。

女性员工福利



设置相应母婴设施及育儿场所，为哺乳期员工提供便利



开展女性主题的培训课程，科普女性养生保健知识



提供常见病保养及调理，如颈椎病、乳腺增生、胃病、失眠、妇科痛经等



丰富女性员工活动，如妇女节活动、“凝新学堂”系列活动等

▶▶ 报告期内

公司女性管理人员占比

42.5%

女性员工平均接受培训

8.17 小时

案例

举办妇女节活动，展现女员工风采

2024年3月，值国际妇女节之际，公司工会女工委精心策划组织了形式多样、内容丰富的文化活动，如手工艺坊、音乐鉴赏会以及红色主题现场角色扮演等。活动邀请了各公司女工委干部、基层工会女性干部、女性先进典型代表和女员工代表共同参与，有效增强了女员工之间的沟通协作，激发了创新思维与文化素养，体现了公司对于女性员工权益与身心健康的深切关怀。



妇女节活动合影

创造就业机会

公司积极践行社会责任，为上海当地就业做出贡献。在常规就业方面，公司运营的新华书店、上海书城等多种业态共50家直营网点，吸纳约1,200名员工，并提供良好的工作条件。

在促进灵活就业上，为保障教材准时发行，公司在每年开学季时按照春、秋两季教材发行量和岗位需求，灵活招聘大量的短期工弥补用工缺口。上海书展期间，公司根据展位与图书进出货量，招聘约40名临时工负责布展撤展图书装卸，既满足了公司业务需求，又为灵活就业人员创造了良好的工作机会，有效推动了当地就业市场的多元化与稳定发展。



薪酬绩效管理

公司不断完善和优化薪酬福利制度，实行以“定岗定级、级差管理、同等福利”为原则，执行岗位级别工资制的薪酬制度，对每一岗位在企业里承担的职责任以及相应能力要求进行综合考量后定级。

在绩效管理上，公司制定《绩效考核制度》《年终考核奖励办法》《评先选优管理办法》，根据员工岗位实绩，对员工的工作责任、敬业协作、工作规范、清廉指标等方面进行量化考核，年终进行等级评价，加大对杰出员工的奖励，让优秀员工能脱颖而出，鼓励员工追求更高的工作效率和质量。此外，公司还制定了“评先选优”政策，通过树立楷模、表彰先进，激发员工在工作中争先创优，积极推动公司健康和谐发展。

员工薪酬组成情况

基本薪酬

根据岗位职责重要性和个人资质等因素，对不同岗位级别设计了合理的薪酬宽幅，薪酬调整向中下级员工倾斜。



考核奖励

加强员工个人绩效与公司整体战略目标的关联度，加大对优秀等级员工的奖励，即结合公司整体效益完成情况 & 员工述职评价，按考核结果和考核等级系数，核发员工考核奖励。



福利

严格依据国家政策法规要求提供法定福利，并额外提供个性化、多元化的福利方式



绩效反馈与申诉

为确保绩效考核公平、公正和客观，保障员工的合法权益，公司建立了绩效反馈与申诉制度。考核结果由员工直接上级将审批后的考核结果反馈给被考核者，并就其绩效和进步状况进行讨论和指导。被考核者对考核结果如有异议，可向人力资源部提出申诉，由人力资源部复核、并及时回复。被考核者如对人力资源部的回复仍有异议，可再向考核领导小组申请复议。复议的决定为最后考核成绩。



案例

畅通沟通渠道，倾听员工心声

2024 年 12 月，为倾听员工心声，畅通“建言文化”渠道，助推企业新发展，公司相关领导组成党建考核工作组，召开 9 场听取基层组织对公司党委意见与建议座谈会，参与员工共计 86 人，通过直接的沟通交流，加强员工民主沟通，积极处理和解决员工反映的热点、难点问题。此外，公司向全体员工公布相关管理人员的工作电话，方便倾听员工心声，构建和谐劳动关系，弘扬社会正能量。



召开民主沟通座谈会

加强民主沟通

公司高度重视民主管理与民主监督建设，持续完善职工代表大会制度，充分保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，畅通各基层工会的双向沟通渠道，构建和谐劳动关系。

公司民主管理举措

完善民主管理制度

- 建立常态化的职工代表大会制度，推动厂务公开工作。
- 平等协商集体合同等制度建设，推动各基层工会更为畅通的双向沟通渠道，落实集体合同的续签。

健全工会服务体系

- 建立常态化工会委员会（扩大）会议，为工会民主决策提供组织保障。
- 通过企业微信号“工会 e 家”发挥“娘家人”的作用，推动企业文化建设健康发展。

▶▶ 报告期内

公司工会共有注册会员数

1,150 人

职工代表

71 名

员工沟通渠道反馈意见的解决率

100%

员工福利与关怀

新华传媒高度重视员工福利与员工关怀，建立健全员工福利保障体系，在坚持与员工共享发展成果的同时，积极开展各项文体活动，加强团队凝聚力和员工幸福度，营造温馨和谐、积极团结的工作氛围。

▶ 报告期内

公司用于员工关怀总支出为

2,407.18 万元

员工福利

公司致力于保障员工的合法权益与福利，依据国家法律和政策规定，为员工提供个性化、多样化的福利措施，努力提升员工福利保障水平，增进员工的信任感和获得感。公司每年依法足额缴纳社会保险费及住房公积金，实行员工带薪年假等福利，并指导各基层工会投保市总工会员工互助保险及购买上海市总工会会员专享保障，提高员工的归属感。

公司福利列表

法定福利	专项福利	其他福利
法定社会保险和住房公积金	补充公积金	疗休养
法定年假	午餐补贴	员工体检
高温费	交通补贴	福利年假
育儿假	通讯补贴	商业保险
其他国家规定的带薪假期	节日福利	献血福利
.....		生日卡
	

案例

为上海书展现场员工送上高温慰问

2024年8月14日，上海书展开幕首日，公司领导亲临书展现场，慰问坚守在一线的工作人员。领导们叮嘱员工在繁忙工作中保重身体，并代表公司赠送了慰问品。此次活动为员工送去了清凉与关怀，极大地鼓舞了士气。员工们表示将以更饱满的热情和高效的态度投入工作，为读者提供优质服务和丰富阅读体验。



书展高温慰问

帮困帮扶

公司恪守“为员工谋福祉，解决员工难题，缓解员工忧虑”的原则，建立员工困难帮扶机制，制定《职工权益保障方案》，确保一年开展至少两次帮困帮扶活动，并对遭遇重大疾病、意外事故等困难情况的员工进行经济援助和物资支持，确保对员工的关怀与支持能够传递至每一个面临困难的家庭。

▶ 报告期内

公司帮扶困难员工共计

102 人次

帮扶金额

12.46 万元

员工活动

在工作之余，公司精心组织了包括员工趣味运动会、员工辅助身心健康活动、三八节活动、评先评优表彰会节目选送活动、凝新学堂以及员工读书活动等一系列特色活动，全方位丰富员工精神文化生活，提升员工整体素养与团队凝聚力。



房报传媒举办员工集体生日会暨元宵喜乐会

案例

“评先评优表彰会”文艺节目汇演，彰显员工风采

为丰富企业文化、展现员工精神风貌，2024年2月，公司组织开展了“评先评优表彰会”，并精心筹备筛选了12个文艺节目登上表彰舞台。这些作品形式多样，包括小品、歌曲演唱以及情景剧表演等环节，凝聚了创作者的心血与智慧，体现了新华人积极进取精神与活力。通过文艺作品展示等活动，不仅能有效增强企业文化凝聚力，更能激发员工对公司发展的信心。



文艺节目汇演

案例

“凝新学堂”文化聚能，增强团队凝聚力

2024年6月，公司推出“凝新学堂”系列文化活动，旨在充实员工精神文化生活，增强团队凝聚力与文化修养，提升员工专业技能和工作积极性。活动涵盖职业技能提升、心理健康辅导、传统文化传承、现代创新思维培养等多样化模块，采用讲解与实操演练结合的方式，确保参与者拓宽视野、提升自我。同时通过开放互动的平台，鼓励员工交流合作，营造积极企业文化氛围，激发员工潜能，为公司持续健康发展奠定基础。

凝新学堂活动合影 ▶



案例

2024 员工趣味运动会，激发热情

2024年12月，公司成功举办“新华传媒2024年职工趣味运动会”。本次运动会共设有7个趣味竞技项目，其中团体项目3个和个人项目4个。公司领导及员工共246人积极参与，展开激烈角逐。此次活动丰富了员工的业余文化生活，增强了员工的体质和凝聚力，还展现了公司积极向上的企业文化和团队协作精神。

公司举办 2024 员工趣味运动会 ▶



职业健康与安全

新华传媒深知职业健康安全管理对员工福祉和公司长期发展的重要性，坚持“以人为本”的原则，将员工的健康安全置于公司运营的核心位置，在工作场所中以预防为主，通过持续改进和风险管理，确保工作环境的安全和健康。

公司已构建完善的职业健康安全制度框架，包括《安全防范平安建设责任条例》《安全防范平安建设应急处置预案》《平安建设巡检制度》等制度文件，通过与上级单位签订年度安全防范平安建设责任协议书、与下属单位签订包含安全指标的年度党建工作责任书，成立平安建设协调领导小组，以上率下，压实安全责任，确保年度事故频率逐年下降，实现重伤、死亡事故为零的目标。

职业健康管理

公司严格遵守职业健康相关法律法规，为员工购买职业健康相关保险，提供定期健康体检，监测健康状况。此外，公司不定期邀请外部医疗专家组织开展职业健康讲座、咨询，提升员工职业健康管理意识，预防职业病的发生。

▶▶ 报告期内

公司及各下属单位员工职业健康类保险参保覆盖率均为

100%

投入资金共计

105.86 万元

公司及下属单位根据各自情况为员工提供职业健康体检，体检覆盖率达

100%

案例

组织职业健康专题讲座，提升员工健康意识

2024年6月，公司邀请上海市针灸经络研究中心健康管理专家走进公司，开展健康关怀活动，为公司员工普及中医养生保健知识，讲解在预防疾病、调理身体机能方面的智慧与经验；员工积极就自身长期存在的亚健康情况与医师进行深入的现场咨询。本次活动彰显了公司对员工健康福祉的重视与关怀，在企业健康管理方面树立了良好典范。



现场健康讲解

案例

关注员工心理健康，开展信访沟通培训

为加强员工心理健康建设，2024年7月，公司邀请外部专家老师开展信访工作专题培训。本次培训以心理健康为切入点，生动讲解了面对信访工作带来的负面情绪时的情绪管理方法和信访沟通技巧。



心理健康指导讲座

安全生产管理

公司始终坚持“预防为主、确保重点、缓解矛盾、减少事故、保障安全”的方针原则，按照上级要求编订了《安全生产治本攻坚三年行动实施方案（2024—2026年）》，部署安全生产治本攻坚“四大行动”，将办公场所、经营场所的平安建设和员工的生命安全、身体健康放在首位。

安全生产目标

2024年，基本消除排查发现的事故隐患存量。

▶ 报告期内

公司平安建设工作资金投入总计

21,223.49 元

组织安全生产培训宣导 总时长

7 次 **11** 小时

共计参与

2,616 人次

确保经过安全生产培训的员工人数占总员工人数的

100%

员工伤亡人数

0 人

因工死亡率

0%

安全生产治本攻坚“四大行动”

健全安全生产责任体系

- **强化领导责任：**明确安全生产负责人，落实安全生产职责。
- **完善考核机制：**持续优化完善年度考核的工作机制，推动公司对下属各单位考核评估专业化，压紧压实下属各单位安全生产主体责任。



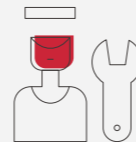
安全隐患排查

- **完善事故隐患排查整治机制：**公司主要负责人每季度至少带队开展1次安全检查，下属各单位建立健全事故隐患自查自改常态化机制。
- **重大事故隐患治理督办机制：**按照重大事故隐患“全部上账、即查即改、全面整改”的要求，建立审核把关销号机制，加大督办和专业指导力度。



安全生产教育培训

- **提升全员安全生产意识：**开展安全生产法制宣传学习和教育演练，增强全员安全生产法治意识。
- **提升全员安全生产知识技能：**对各类在岗从业人员进行必要的安全生产教育和培训，保证其具备必要的安全生产知识。



提升安全生产防范能力

- **严格出租外包管理：**查验承包、承租单位具有安全生产条件和资质，并保证出租的生产经营项目、场所具备基本的安全生产条件。
- **增强智能化风险管控能力：**推进大数据、物联网等技术与安全生产工作融合，将安全生产隐患感知提到最早、隐患风险降到最低，把事故苗头消灭在萌芽状态。

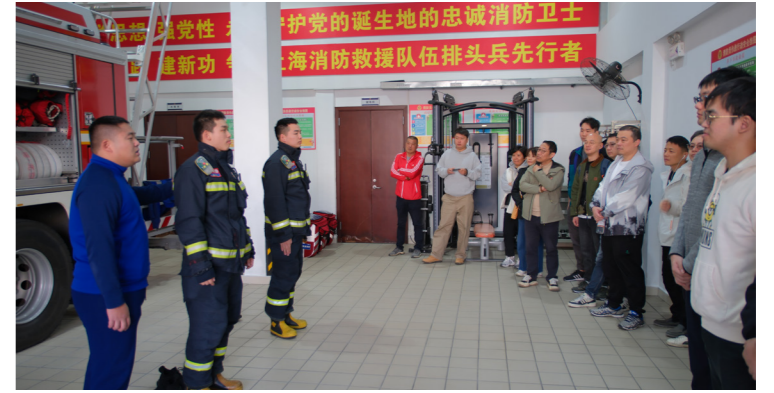


应急管理

公司在总体应急预案中明确了突发事件发生时的应对措施、责任分工、资源调配等，设置了应急响应机制，指导下属单位根据突发事件的性质和严重程度，启动相应的应急响应程序。同时，公司建立了应急信息报告制度，确保突发事件信息及时、准确地传递。同时，公司定期组织开展应急演练培训，增强员工的安全意识和应急处置能力，确保在突发事件发生时能够及时、有效地进行应对。

公司为员工配备日常工作必需的防护用品和保障措施，如口罩、防护服、急救设施、急救药品等；同时，公司对员工进行个人防护、应急救援方面的相关培训，确保其正确使用防护设备，有效采取应急措施。

2024 年 11 月，公司联合黄浦区河南消防救援站，组织开展公司年度消防应急演练 ▶



应急处置程序

预警响应

- 依照安全突发事件的紧迫性分级进行预警，传达至下属单位。



信息报告

- 事发单位需在 30 分钟内向有关部门口头报告，90 分钟内书面报告简要情况；
- 党群工作部应在 30 分钟内上报至平安建设协调领导小组。



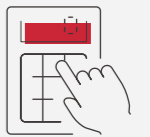
应急处置

- 事发单位责任人应第一时间赶赴现场，依据预案及时组织先期处置工作；
- 平安建设协调领导小组应第一时间组织、指挥、协调各方资源和力量，对突发事件进行处置。



善后处置和调查

- 事发单位应积极稳妥开展善后处置工作，对伤员进行援助，并进行恢复重建；
- 对事件的起因、性质、影响、责任等进行调查评估并形成报告，制定防范措施，以免类似情况发生。



职业发展与培训

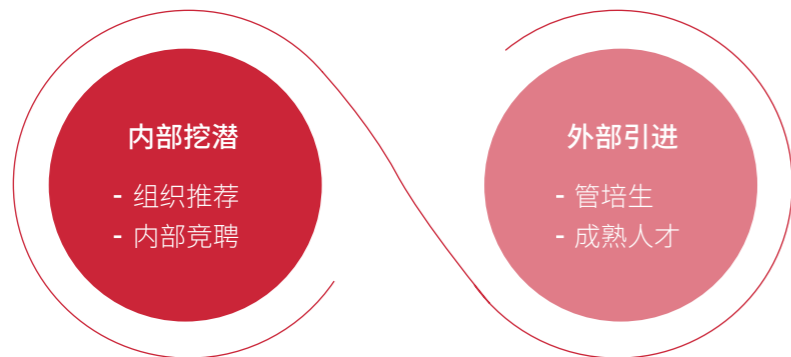
新华传媒坚持“以学铸魂、以学增智、以学促干”的人才培养理念，通过学思用贯通、知信行合一实现增强组织、部门、员工个人三方面绩效的目标：组织层面，有效沟通和执行公司战略；部门层面，促使部门目标达成及推动团队学习；员工个人层面，提高员工在实干中的专业技能和岗位胜任能力。

人才发展

新华传媒在人才发展方面建立了完善的制度体系，包括《评先选优管理办法》《中层管理人员选拔任用管理规定》《基层管理岗位选拔聘任办法》《培训管理办法》等。通过科学合理的人才评价机制，针对不同层级、不同岗位员工的业务成绩、团队协作、创新思维、个人素质等方面的表现，制定相应的晋升标准和评估选拔方式，为员工提供开放、公正的晋升机会，鼓励员工全面发展和多元化发展。

“内外双循环”人才储备体系

新华传媒通过“内外双循环”人才储备体系，为公司建立可持续的人才梯队。“内循环”包括组织推荐和内部竞聘，人才梯队有缺口时按规章制度优先从低层级选拔优秀人才。“外循环”包括从外部引进管培生和成熟人才，其中管培生渠道通过明确的人才标准、目标院校和薪酬，采用储备式或跨越式策略择优补充关键岗位的年轻人才缺口；成熟人才渠道则关注人才标准、岗位匹配、业务能力和渠道资源，录用具有快速融入公司并解决问题能力的优秀人才。



▶▶ 报告期内

为了精准、及时把握人力资源状况，大力发现培养选拔适应新时代要求的优秀青年人才，公司每年盘点和梳理 40 周岁及以下人员。2024 年，盘点 40 周岁及以下人员

266 人

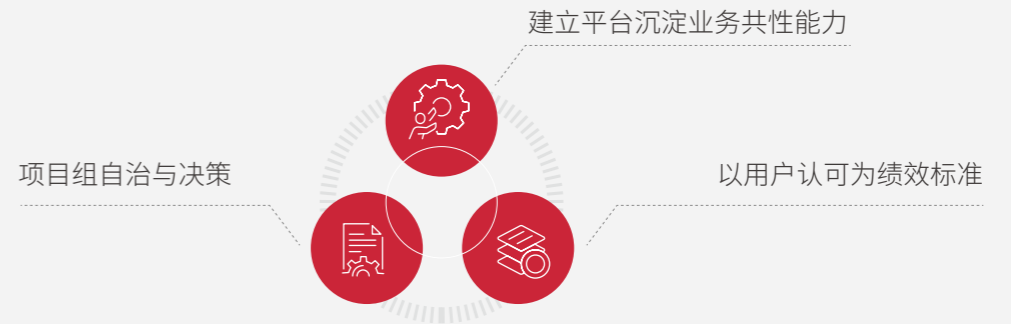
- 8 位 85 后、90 后骨干被选为重点培养和储备对象，参加上级党委组织的青年员工座谈会，多方面深入了解思想状况、工作状态和职业规划，其中
- 2 位骨干参加上级党委组织的“青训成长营”培训班集中脱产培训
- 1 位 80 后中层优秀干部经董事会及上级党委筛选，担任副总裁职务

案例

去中心化的项目管理模式

随着敏捷和精益理念的普及，以及互联网扁平化管理趋势的影响，公司下属解放教育通过从传统的项目制管理转型为去中心化的项目管理模式，提高组织的灵活性和市场响应速度，实现跨团队的有效协同，激励员工合作共赢。

去中心化特点



培训体系

新华传媒建立了基于员工职业发展的递进式、多元化培养体系。员工培训通过线上、线下多培训渠道的应用，注重融入日常、抓在经常、学在平常，推动培训发展的常态化和长效化，实现思想与业务双融合双促进。

▶▶ 报告期内

公司组织培训共计

127 场

投入资金

25.95 万元

员工平均培训

10.63 小时

培训内容涵盖以下各个方面

思想政治建设

党员教育培训、党纪学习教育、“学党章守党纪跟党走”知识竞赛、信访工作专项培训

新员工入职培训、“新华悦读·员工读书节”、工会“凝新学堂”系列

企业文化建设

岗位技能培训

融媒体系列培训、GPT 热浪下，AI 如何赋能办公软件之 PPT 与 Excel、直播实战系列培训、中文文献资源编目培训、咖啡 SCA 感官师、安全管理人员及负责人安全教育培训等、情绪管理技巧

文化+经营专项培训、得到 APP 在线学习、清华名师—成为财务视角下的价值创造者、《孙子兵法》与管理会计等

经营管理培训

领导力培训

宣传系统中青年干部培训班、青训成长营、超级店长实战集训营、麦肯锡思维训练：金字塔原理与思维导图

案例

直播实战培训赋能员工开展数字化创新业务

2024 年 7-8 月，在公司数字化转型战略下，公司下属新华连锁销售中心、云端拓展部等部门 30 余名年轻骨干开展了为期 4 周的直播实战培训，培训于公司总部和上海书城福州路店进行。此次培训采用“大咖教、小白练”模式，涵盖行业大咖经验分享、新手主播试讲、线上直播试水等丰富内容。在上海书展的直播首秀中成果显著，累计直播时长达到 60 小时，订单数远超同行 86%。公司在数字化转型中积极实践，大力开展对员工创新业务模式的能力培养，有效提升了员工专业技能与业务素养。



直播实战培训

案例

5 名员工参加上海读书节讲书人大赛获佳绩

2024 年 8 月，第 26 届上海读书节“书香为伴 阅享美好”讲书人大赛在 2024 上海书展现场举办。公司高度重视此次大赛，组织 5 名优秀选手参赛，并在上海书城福州路店集训。在 30 强选手的激烈角逐中，公司选手凭借扎实的功底和出色的发挥，其中 1 人获二等奖、1 人获三等奖、2 人获优秀奖，提升了员工演讲能力，有力地推动了城市阅读的发展，为城市文化建设注入了新的活力。



比赛现场合影

携手共进，打造可持续价值链

供应链管理

新华传媒积极践行负责任的采购行为，对所有公司及下属公司供应商、承包商提出了《采配中心供应商评估准入制度》等管理规则和准入与评估标准，按照公平、公正、公开的原则，对于供应商的确定、评价过程实施控制，保证采购工作有序进行。在采购或合同履行过程中，对提供不合格产品或服务质量的供应商，公司将其列入违规提示供应商名单。

公司根据年度审核结果，对优秀供应商进行嘉奖，同时与审核得分较低、得分下降的供应商及时沟通，共同分析存在的主客观原因，积极寻求改进措施，以提高各方面的合作深度与强度。

案例

评选年度最佳合作伙伴，增进合作关系

2024 年 1 月，为答谢部分优秀供应商，更好地维护和增强上下游经营单位间良好的合作关系和长期可持续发展，公司下属新华连锁根据多维度业务数据进行考核，评选出 30 家“2023 年度最佳合作伙伴”和 30 家“2023 年度最佳供应商”，并向他们颁发奖杯和证书。



向供应商颁发荣誉证书及奖杯

公司重视供应商廉洁管理工作和盗版书籍管理工作，提倡与供应商建立长期稳定的诚信合作关系，在开展业务前，要求供应商签署《廉洁自律承诺书》《建设工程廉政责任书》，推动产业链上下游以符合商业道德的方式开展业务，将合作期间出现欺诈或者廉洁问题的供应商、承包商拉入黑名单，永久终止合作。

▶▶ 报告期内

新华连锁与商业伙伴签订廉洁相关协议

25 份

馆配中心异地属地化合作商覆盖率达

100%



行业共进

新华传媒积极拓展行业合作与校企联合的深度与广度，通过精心策划并举办各类专业展会、交流会及研讨活动，不仅有效促进了行业内部的经验分享与技术革新，还极大地推动了文化的交融与传播。公司秉持开放合作的理念，为行业的持续进步与文化交流的深化贡献力量。

案例

市民文学创作大赛，推进全民创作热情

2024 年 4 月，由上海市相关文化机构指导及主办、新华连锁承办的“长三角市民文学创作大赛”正式启动。新华连锁通过其线上平台为大赛开通报名专属通道，并依托上海报业集团媒体资源及旗下实体书店，广泛宣传和推广赛事，旨在激发市民创作热情，促进江浙皖文化交流，提升大赛影响力，为文学创作与传播营造积极氛围。



2024 上海市民文化节长三角市民文学创作大赛

中小学合作，丰富学生课外学习体验

2024 年，上海书城福州路店与多所中小学深化合作，已举办 50 余次学校活动，接待师生超 300 人次。书城不仅开放图书资源供师生参观学习，还创新实施了“小小图书管理员”项目，让学生亲身体验书城工作环境，增强社会实践能力。同时，福州路店在博雅网上开通了学校实习接待服务，提供官方志愿服务岗位并记录服务学时。这些举措不仅丰富了师生的课外学习经历，也加强了家、校、社、店之间的合作，通过协同教育模式，有效促进了学生的全面发展和个人成长。



上海书城福州路店与多所中小学校开展校企合作

案例

与企业开展战略合作，探索文化服务新模式

2024 年 4 月，新华连锁同上海中建东孚资产管理有限公司达成战略合作，开设新华书店中建乐荟天地店。该店坐落于浦东新区高科西路 889 号中建乐荟天地一层，面积 200 余平方米。作为一家小型综合书店，该店主动对接市民读者精神文化需求，加强与周边社区合作，定期开展相关读书会、讲座和分享会等文化活动，以优质阅读资源，聚集人气和口碑，使周边居民得以在家门口体验读书之乐。该店的入驻也为中建乐荟天地注入了深厚的文化底蕴和人文魅力，“央企+国企”的深度联合将进一步促进双方在未来的合作，不断拓展全民阅读的深度与广度，共同探索文化服务的新模式。



新华书店中建乐荟天地店开业

图书馆配会暨发展交流会，推动行业交流共进

2024 年 4 月，新华连锁于四川成都成功举办春季图书馆配会，会场面积逾 1,200 平方米，吸引了全国 160 余家出版机构及 200 多家图书馆参与，订货码洋超过 4,000 万元，创下历史新高。同期举办的“2024 融和·发展——新形势下馆社共创优质资源建设”主旨交流会为馆社店更好地融合发展、推动全民阅读、助力文化强国建设起到了良好的推动作用，公司馆配业务得到全国图书业界和出版界的广泛认可。



新华连锁“春季图书馆配会暨 2024 融和·发展主旨交流会”

心系社区，贡献公益力量

新华传媒秉持“履行社会责任，传播正能量”的宗旨，持续深化社会公益战略，致力于打造具有影响力的公益品牌，引导员工积极参与公益慈善活动，共筑爱心桥梁。

云南腾冲市上海新华希望小学爱心助学

2014 年至今，公司为云南腾冲上海新华希望小学捐资 56 万余元，用于学校基础设施建设和教学活动。2024 年筹集善款 5,000 余元用于购买文教生活用品，惠及 130 名学生。公司每年组织 10 名党员干部员工与 10 名贫困生一对一结对助学，助力贫困学生顺利完成学业。新华传媒发挥企业社会责任感，切实改善希望小学的教学环境与学生条件，为社会培养更多优秀人才创造了条件。



爱心助学

爱心暑托班志愿服务

2024 年 7-8 月，公司组织 10 位员工志愿者参与“文明与文化同行”爱心暑托班活动，为黄浦、静安两区的近 600 名小学生提供 17 场多样化的爱心课程，包括美术绘画、环保手工、摄影技巧等。员工志愿者利用自己的专业特长为孩子们提供丰富多彩的课程内容，丰富了孩子们的暑期生活。



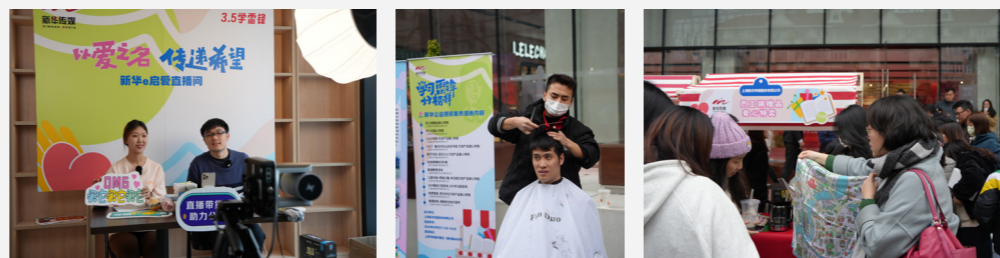
丰富多彩的课程

上海书城五角场店设置图书漂流站，倡导社区读者捐赠闲置书籍，困难家庭可优先借阅

“3.5”学雷锋志愿服务

2024 年“3.5”学雷锋日，公司开展了“新华 e 启爱”线上直播义卖和线下爱心集市活动，进一步巩固了公司公益品牌的影响力。员工志愿参与 200 余人，其中主播团队、技术保障等员工志愿者 15 人参与直播活动，29 位员工志愿者在公益集市中提供服务。活动共捐赠 300 余件物品，包括智能小家电、工艺摆件、笔记本、保温杯等，累计筹集善款 5,000 余元，物资与善款全部用于支持云南腾冲上海新华希望小学。

直播义卖、爱心集市活动照片 ▶



▶ 报告期内

公司组织开展“3.5”学雷锋活动

1 场

爱心暑托班活动

17 场

员工参与公益志愿活动总计

247 人

服务社会，彰显国企担当

服务国家与公众

新华传媒积极响应国家乡村振兴战略，致力于通过文化建设激活乡村生命力，为乡村振兴注入动力。面对市郊读者文化需求的新趋势，公司积极整合书店资源，实施形象升级与业态优化，推动构建具有广泛影响力的公共文化空间，确保书店的经营结构与书籍品种更贴近农村读者的实际需求。在此基础上，公司积极加强与政府部门及企业的合作，拓宽服务领域，通过深入基层、组织阅读推广活动及图书捐赠等举措，有效提升服务效能，为乡村文化的持续繁荣与高质量发展作出积极贡献。

截至报告期末

公司下属新华连锁累计拥有市郊网点

18 家

总面积逾

1 万平方米

遍布上海市郊区域，惠及上海市郊各区人数约

650 余万人

报告期内

公司乡村振兴投入资金共计

912.3 万元

创造就业岗位

105 人次



江南书局

公司积极响应上海“十四五”规划中的“新城发力”策略，支持五个新城建设，包括奉贤、嘉定、青浦、松江和南汇新城，逐一构建与新城文化特色相契合的文化空间，促进阅读与乡村振兴的融合发展。

“江南书局”品牌的创建，既服务于新城建设，以文化塑造城市形象，又利用新城在长三角地区的区位优势，促进文化产业联动，强化上海“人文新城”在长三角城市群中的引领作用，不断为乡村文化注入新活力。

继“江南书局·书的庭院”和“江南书局·嚉城之瞳”之后，“江南书局·青溪之源”于2024年2月在上海青浦新城落成开业。书局总建筑面积约1,100多平方米，是一座集阅读、休闲、餐饮、活动、社交于一体的高格调文化集成书店新标，丰富了当地居民的文化生活，为乡村振兴带来精神力量。

农家书屋¹

为贯彻中央关于推进新农村建设及加强农村文化建设的意见，解决农民群众阅读难题，2007年3月，新闻出版总署等多部门联合发布《农家书屋工程实施意见》，启动全国农家书屋工程。公司积极响应，长期致力于农家书屋建设，营造良好阅读环境。

2024年，为推动优质文化资源直达基层，促进乡村阅读服务提质增效，公司下属新华连锁全力服务农家书屋，通过捐赠图书、举办活动等形式，丰富农村文化生活，推动全民阅读。公司旗下各市郊新华书店与本市各乡镇、村落网点取得联系，积极推动开展农家书屋服务工作。其中，江南书局·青溪之源和新华书店朱泾店切实满足青浦和金山区内29个乡镇的群众文化需求，主动高效完成了当地农家书屋图书选配和编目工作，共涉及图书2万余册，解决广大农民看书难的问题，将农家书屋打造成为传播先进文化的窗口、学习科普知识的课堂，极大地丰富了农村精神文化生活，得到了相关部门及当地群众的一致好评。

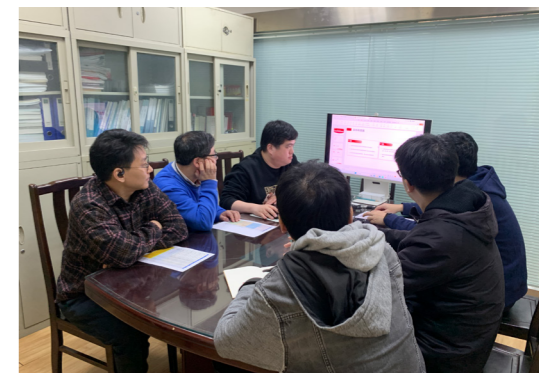
¹ 农家书屋是为满足农民文化需要，在行政村建立的、农民自己管理的、能提供农民实用的书报刊和音像电子产品阅读视听条件的公益性文化服务设施。

构筑安全社会

新华传媒安全防范平安建设工作的主要方针是“预防为主、确保重点、缓解矛盾、减少事故、保障安全”。为确保可能引起社会舆情反响或群体性事件的重大突发事件能够得到及时有效地解决，公司特制定《安全防范平安建设应急处置预案》与反恐防暴、防汛防台、信访维稳、突发事件等多类专项应急预案并建立事件报送机制，持续跟进事件处理过程，及时续报重大情况、重要进展、处理结果、经验教训及后续防范措施，以确保上级单位能够实时掌握动态，提供指导与支持，从而维护公司稳定与社会和谐。

为维护公司生产、员工生活和客户隐私的信息安全，公司制定《网络信息安全管理规定》《计算机使用规定》《网络与信息安全应急处置预案》，以建立健全公司信息安全与隐私保护管理体系和相关事件应急工作机制。

公司在网络安全、主机安全、应用安全、数据安全、运维安全、业务连续性等六个方面对网络与信息安全进行重点保障。公司严格执行访问控制策略，限制对敏感数据和保密文件的访问权限，确保只有授权人员才能访问相关资源；加强员工网络与信息安全教育，教育员工正确使用公司网络系统、妥善保管信息设备，防范外部网络攻击手段；落实值班制度，确保在办公、经营时间内出现网络与信息安全类突发事件时，能及时有效地处置解决。



网络信息安全演练、培训

网络与信息安全事件类型及应急机制

网络与信息安全事件类型

有害程序事件

网络攻击事件

信息破坏事件

设备设施故障

灾害性事件

网络与信息安全事件应急机制

应急处置



当突发事件发生或可疑情况出现时，事发单位在第一时间联系数据运营中心反映情况，确保值班人员及时实施处置，控制事态进一步发展，同时根据信息报告制度要求由单位平安建设工作管理部门向上级单位汇报事件情况。

处置流程



当数据运营中心值班人员到达事发单位或通过远程手段操作处置突发事件时，相关人员尽一切可能配合协助解决网络与信息安全问题。

善后处置



处置结束后由事发单位做好事件发生、发展、处置的记录和证据留存。

总结汇报



事发单位对突发事件的各个方面和环节进行经验总结，找出问题，并及时报送公司平安建设协调领导小组，以进一步做好网络与信息安全应急处置工作。

隐私安全保护方面，公司在个人信息收集、存储、使用、传输等方面进行重点保护。

客户隐私及数据泄露事件原因及应急机制



▶▶ 报告期内

公司关键互联网应用系统，上海书城 APP、申学 APP、音频下载平台均已获得**国家三级等保认证**。

公司发生网络信息安全事故
0 起

客户隐私泄露事件
0 起

税务贡献

公司在日常经营过程中遵守经营所在地适用的税收法律法规和规章制度，通过系统管控和税务培训合理控制税务风险，预防税务违规行为。此外，公司积极响应税法的变动和监管机构的要求，定期开展税务风险自查，持续审视和优化税务管理工作，确认符合最新的法律法规要求。报告期内，公司未发生涉税违规事件。

税务风险防范与控制



系统管控

报告期内，子公司新华连锁上线费控系统，通过费控系统将拟付款发票关键信息上传至税务网站进行验证，从而有效杜绝虚假发票和发票重复等现象。



财务培训

报告期内，公司共有 25 人通过线上及线下方式参加了财务及管理等方面的知识培训，培训时长累计共 706.06 小时。

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
缴纳税费	万元	1,313.35	1,777.81	2,895.99

生态同行 共筑绿色家园

新华传媒始终以可持续发展作为企业行为的衡量准则，全面践行绿色环保理念，在经营活动、工程建设、日常办公等方面均高度重视节能减排、低碳环保、高效利用，促进资源的再循环与可持续发展。

- 41 守护环境，构筑绿色屏障
- 43 节能增效，驱动绿色未来
- 44 精益管理，资源循环利用
- 45 气候守护，绘就双碳画卷
- 48 绽放共生，守护自然之美



守护环境，构筑绿色屏障

新华传媒将绿色环保理念贯穿于公司的战略、运营和企业文化中，并通过实际行动，与员工、客户和供应商共同推动环境责任的履行。2024 年，公司正在研究制定《新华传媒可持续发展目标承诺书》，结合自身运营的实际情况，从气候变化、能源、资源、生物多样性保护等层面制定管理政策，助力可持续发展的高质践行。

▶▶ 报告期内

公司开展环保相关活动

16 场

参与人次共计

2,686 人

我们的承诺



- 我们将在公司经营活
动中践行绿色环保理
念，促进可持续发展。



- 我们将致力于宣传
与推广资源的循环
利用。



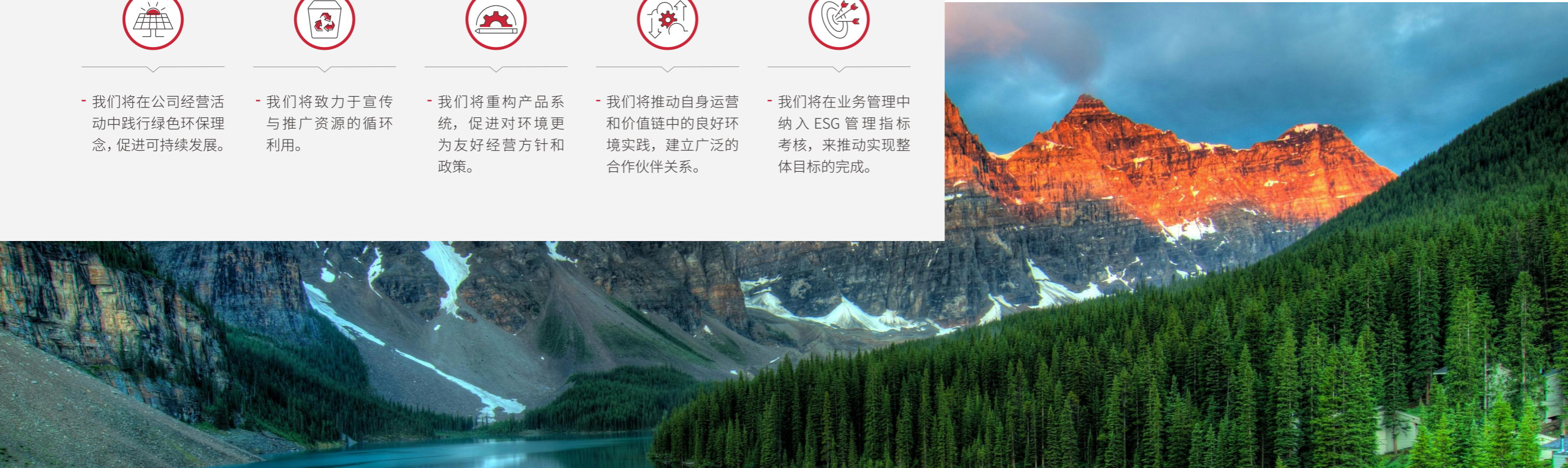
- 我们将重构产品系
统，促进对环境更
为友好经营方针和
政策。



- 我们将推动自身运营
和价值链中的良好环
境实践，建立广泛的
合作伙伴关系。



- 我们将在业务管理中
纳入 ESG 管理指标
考核，来推动实现整
体目标的完成。



公司作为国有文化传媒企业，积极承担环境保护理念宣传的重要使命。对内，公司组织环保骑行、创意征集等活动，通过丰富多样的环保活动，鼓励员工积极开展环保行动，提升日常工作与生活中对环保的意识。对外，公司发挥文化传媒的优势，推荐绿色书单、开展环保亲子活动，通过实际行动积极为市民群众营造绿色环保的良好氛围。

对内活动

案例

“环保创意征集行动”提升员工环保意识

2024 年 9 月，为提高员工对环境保护的认识，公司团委通过团属“新花怒放”公众号发布了“环保创意征集行动”。本次活动共计收到环保创意作品 33 件，环保提案 1 件，设置节能减碳传播之星奖、生态友好团队奖、环保达人奖等奖项，证书同样选用环保材质制作。一等奖《困鲸之殇：海洋的呼唤》，使用矿泉水瓶、快递袋、药盒等废弃材料，展示人类对海洋生态系统的破坏，呼吁人们对海洋生态保护的重视。此次活动通过邀请公司员工及其子女共创，进一步加强大家对环保观念的意识，并鼓励员工将环保创意应用到日常工作和生活中。



作品展示

案例

环保绿色书单，以阅读倡导低碳生活新方式

2024 年 11 月，公司下属新华连锁上海书城及上海书城 APP 平台，以“低碳环保，绿色节能”为主题，线上线下共同推出生态环保书单，内容涵盖绿色经济、绿色地球、绿色动物、绿色绘本、绿色生活、绿色环境史等多层面，向广大读者推广环保、低碳理念，传播“绿色书香”。



线上线下环保书单

案例

科普“花间快递员之花卉授粉”奥秘

2024 年 4 月，为帮助青少年更好地了解生物多样性，维护生态环境，在 2024 上海（国际）花展之际，公司下属新华置城 4 名志愿者配合上海植物园开展科普知识活动。现场有 10 余组家庭来到上海植物园探索“花间快递员之花卉授粉”的奥秘，了解访花昆虫与花朵协同共进的故事，探索访花昆虫的访花行为。



“花间快递员之花卉授粉”活动



▶ 员工参观“联合国 COP15 全球生物多样性典型案例 100+”乐颐生境花园及博物馆，学习生物多样性知识

▶ 员工参观世博文化公园双子山和温室花园，交流加深对生态绿色发展的理解

节能增效，驱动绿色未来

新华传媒于《可持续发展目标承诺书》中承诺采取相应措施，携手利益相关方，共同提升能源利用效率，降低能源消耗：



- 在门店投资、开发、设计、建造、运营等环节中，充分考虑能源效益和环境保护

- 推广使用能源管控监测平台系统，实时追踪能效数据与表现

- 对照明系统、IT 等设备进行优化升级，推广使用 LED 节能灯

- 面向员工开展节能倡导和教育，倡导节约用电、用纸、用水等资源，提升节能意识

- 定期公布在节能方面的举措和绩效

▶▶ 报告期内

公司主要耗能的运营点用电量共计

10,466,768.85 千瓦时

汽油消耗量为

49,967.33 升

柴油消耗量为

47,495.56 升

说明：结合公司实际耗能情况，此次披露数据为公司主要耗能运营点，其中用电量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店、房报传媒办公区及上海书城福州路店；汽油消耗量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店；柴油消耗量覆盖运营点为新华连锁物流部门。

公司结合自身实际情况，开展节能增效工作

行为规范

- 规范办公区域能源使用，坚持“人走灯灭、人离电断”的原则
- 要求夏季空调制冷不低于 26 度，冬季制热不高于 26 度，逐步减少空调电力消耗
- 制定《公务用车使用管理规定》，配置原则是：按需配备、总量控制、减能减排、减少成本、保障业务、提高效率
- 制定《上海书城节能环保管理制度》

设备升级

- 所有运营点采用 LED 节能灯，其中总部办公区、江南书局·嚶城之瞳 100% 使用 LED 灯。报告期内，总部更换新型 LED 节能灯管共计 278 只
- 使用电动叉车，减少对燃油设备的依赖
- 采购时优先选择高能效空调、灯管等设备

精益管理，资源循环利用

新华传媒积极推动资源精益管理与循环利用，通过优化资源分配、提高水资源使用效率，以及严格实施垃圾分类和回收利用提升资源利用效率和降低运营产生的环境影响。

资源管理

新华传媒于《可持续发展目标承诺书》中承诺采取相应措施，提升水资源及各类资源利用率。通过制定合理的使用目标，向员工开展节约资源倡导和教育。同时，公司下属新华连锁物流中心在图书的配送过程中，积极回收利用包装物流材料，长期落实资源精益管理、循环利用。

▶▶ 2024 年

公司主要耗水的运营点用水总量为

83,407.92 立方米

说明：结合公司实际耗水情况，此次披露数据为公司主要耗水运营点，用水总量覆盖运营点为新华连锁办公区及各门店、上海书城福州路店。



资源管理具体举措

节约用水

- 定期检查用水设备，及时修复漏水问题，避免跑冒滴漏
- 重复利用水资源，如收集雨水用于冲厕、拖地等，减少新鲜水资源的消耗
- 鼓励员工节水行为

环保办公

- 普及无纸化办公，推进电子文档使用；鼓励双面打印，减少办公纸张浪费
- 优先采购环保型办公用品，重复利用打印机耗材



绿色运营

- 新华连锁循环使用牛皮纸、纸箱、物料周转箱等包装物流材料。报告期内，循环使用送货周转箱 305 只，回收标准牛皮纸 20,150 张，回收不同尺寸纸箱 6,962 只
- 申活馆所有门店使用可降解环保材料的外带杯、吸管、纸巾等，倡导按需取用减少浪费



污染物管理

新华传媒主要从事图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务，废水为生活污水，废弃物以无害废弃物（废纸类、废家具、生活垃圾等）为主，由环卫及有关部门统一回收处理，不涉及废气排放。运营点局部装修改造时优先选择符合环保标准的装修材料，施工过程中严格遵守相关规定，降低环境污染与噪声干扰。

公司坚持固体废弃物“减量化、无害化、资源化”的原则，积极响应上海市垃圾分类政策，实施严格垃圾分类。公司下属子公司所有门店内部均设有分类垃圾桶（包括干垃圾、湿垃圾、可回收垃圾三类），定期对员工进行垃圾分类宣贯，确保各类垃圾得到正确分类。

▶▶ 报告期内

公司图书板块可回收报废书籍

19.47 吨

气候守护，绘就双碳画卷

新华传媒积极应对气候变化，从完善防汛防台应急机制，到打造低碳标杆建筑，以严密的防范体系应对气候变化风险，以实际行动助力“双碳”目标的实现。

应对气候变化风险

针对气候变化风险，新华传媒依据《中华人民共和国突发事件应对法》《中华人民共和国防洪法》《上海市防汛条例》《上海市突发公共事件总体应急预案》等法规，制定《防汛防台应急处置预案》，设立防汛防台领导小组，通过健全的应急机制和组织体系，及时有效应对台风、暴雨等气候灾害事件，最大限度地减少人员伤亡和财产损失，保障公司生产和员工生活的正常秩序。

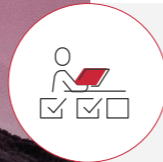
防汛防台小组领导小组架构



- 公司党委、平安建设协调领导小组

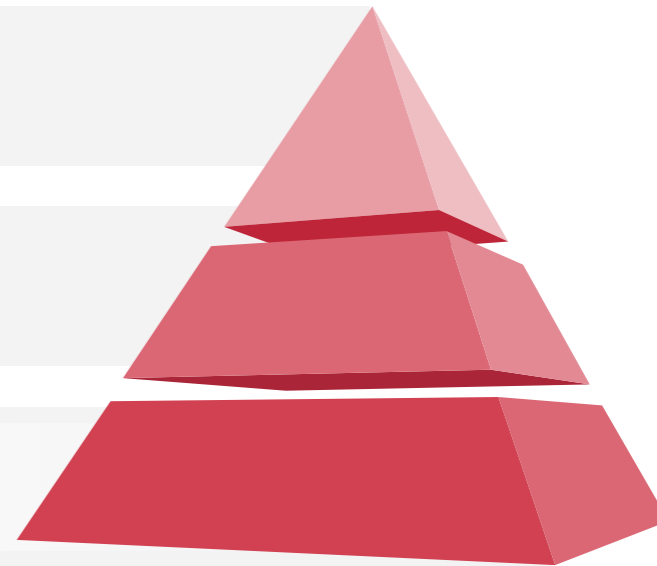


- 组长：公司主要领导
- 副组长：分管领导及部门负责人



- 各单位、部门工作人员

党群工作部监督日常工作的落实



公司强调预防为主，防救结合，通过日常防范措施降低风险。公司与上海市气象服务中心建立工作联系，可第一时间获取气象灾害等预警信息，及时提醒员工增强安全意识。此外，公司下属子公司每年根据不同的特殊气候变化，结合自身实际运营情况，有针对性地更新应急预案。公司下属上海书城建立的自然灾害篇应急预案除防汛防台外，还包括水灾紧急处理程序、防寒防冻天气紧急处理程序、地震紧急处理程序。

▶▶ 报告期内

公司转发上级有关部门相关工作提示

7次

领导带头开展防汛防台专项检查工作

3次

及时传达气象预警信息

25次

有效提高公司全范围内防汛防台工作实效。

防汛防台应急机制



预警响应

- **关注预警，防范隐患：**组织人员排查整改，消除高空坠物等风险
- **加强排水设施维护：**提前检查供配电房、地下空间等重点区域，做好维修保养
- **落实防暴雨措施：**排查重要部位隐患，确保安全运行



应急处置

- **紧急停工应对：**遇台风或洪涝，立即停止生产，启动应急预案
- **快速响应处置：**负责人第一时间赶赴现场组织处理并报送信息
- **协同救援保障：**必要时寻求外部救援，确保安全后配合行动
- **及时医疗救助：**如有伤亡，立即联系 120 急救



善后工作

- 应急解除后迅速恢复正常秩序
- 修复基础设施，清点损失
- 排除积水，开展消毒灭菌
- 预防次生灾害，降低后续影响



总结汇报

- **总结经验教训：**全面复盘突发事件，查找问题和不足
- **持续改进提升：**将总结报告报送公司防汛防台小组，为进一步优化防汛防台工作提供参考



助力“双碳”目标

新华传媒积极响应国家“碳达峰碳中和”目标，建设上海市首个“铂金级碳中和建筑标准”的城市文化更新改造项目上海书城。自改造开放截至报告期末，上海书城累计客流量约 220 万人次，向全市人民传递绿色可持续理念，助力实现零碳目标。

案例

上海书城持续碳中和理念，数智平台助力低碳运营

上海书城于 2023 年在迈向零碳城市—碳中和建筑探索与实践论坛上获得碳中和铂金级奖，于 2024 上海国际城市与建筑博览会中获选黄浦区绿色建筑的示范展示案例。

上海书城改造阶段大量使用绿色建材，总体绿色建材比例高达 78.57%。其中外墙保温使用新型气凝胶绝热材料导热系数低于 0.04w/(m*k)，采用的聚氨酯门窗型材比传统铝合金型材碳排放量减少约 82%，同时屋面设置光储一体化系统，室内采用高效空调加新风系统、纳米水离子空气净化装置等，使总体能耗降低约 20%，每年折算减少碳排放约 480tCO₂。除外，针对无法碳中和的部分，公司通过联合国碳抵消平台购买碳配额，第一次中和周期 (5 年) 内每年购买 1,714 份 CER (核证减排量)，最终实现碳排放抵消，达到低碳排放目标。

上海书城运营阶段，通过楼宇内植入的“碳中和建筑能碳在线数智平台”，对建筑各设备系统的运营状态进行动态监管，并分析能源碳排放动态监测数据，通过模型预测和优化方案，以更加高效、低成本方式实现大楼节能减碳。

数智平台特色

建筑三维模型结合物联网平台进行数字孪生和数据可视化。



以实现碳中和为目标的用能、发电、减碳互为耦合的管理平台。



以超低能耗为背景的建筑围护结构红外热成像实时监测诊断。



逐时、逐日、逐月对基础数据分析和比对，历史数据查询研究。



碳中和建筑能碳在线数智平台



“铂金级碳中和建筑标准”证书

绽放共生，守护自然之美

新华传媒致力于落实生物多样性保护实践，用心守护地球生态系统的平衡，于《可持续发展目标承诺书》中承诺：

- 避免在重要生态保护区域及附近开展与保护生态无关的经营活
动，确保栖息地和生物多样性保护的完整和有效。

- 在公司线下书店、线上平台推出自然科普相关的书籍
类产品和服务，提升公众对生物多样性价值的认识和
理解，促进更广泛的伙伴参与。

- 鼓励下属子公司自行开展或参与生物多样性保护的项目和活
动，携手合作伙伴共同实现生态保护。

案例

“植物探索 绿色未来”——上海辰山植物园第一届科普节直播

2024 年 5 月 26 日，公司下属申报传媒相关员工支持上海辰山植物园开展科普节直播，辰山植物园专业植物学家、科普讲解员带领观众穿梭于不同的辰山植物园内各个特色植物园区及科普场馆，实地展示各类植物的风貌，并在科普场馆内进行相关知识的详细讲解。此次直播观看人数达 20.8 万次，提高了公众对植物保护、生态环境的认知，激发人们对绿色未来的关注与探索热情。



辰山植物园科普节直播

案例

植物敲拓染课程感受自然之美

2024 年春、夏两季，公司下属申活馆借助线下门店，共面向公众开展植物敲拓染课程 5 场，总共 100 余人参与活动。参与者借助辅助工具，将植物流出的天然汁液原色拓印在帆布、画纸、棉麻丝毛等载体，在非遗技艺的体验中感受大自然的美丽。



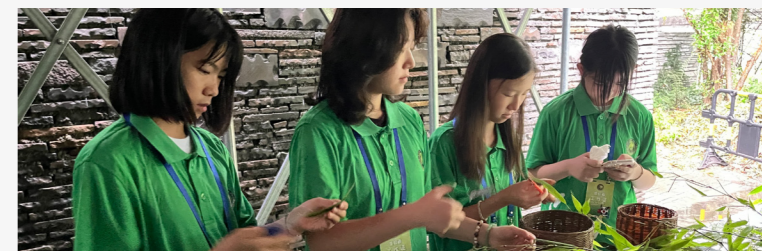
植物敲拓染课程

案例

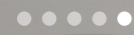
大熊猫保育义工活动，提升青少年保护动物意识

2024 年 7 月，公司下属上海学生英文报带领 26 名四川大熊猫保育志愿者前往成都中国大熊猫保护研究中心都江堰基地，参与大熊猫保育义工工作。志愿者们为大熊猫准备食物，学习辨认食用竹种类、分析熊猫粪便，还近距离观察大熊猫，了解熊猫的生态特点和生活习性，提升了保护濒危珍稀动物的责任感。

除寒暑假组织青少年赴泰国大象保护基地、广东惠州海龟保护基地等各类动物保护的实践项目外，公司还与社会公益组织、社区街道合作，在复兴公园设置碳排放及生物多样性展馆，由学生充当导览员，供学校及其他群体参观学习。



大熊猫保育义工活动



卓越治理 共促稳健发展

新华传媒严格遵守国家法律法规和相关监管规定，以诚信合规为企业运营基石，以党建引领企业高质量发展，持续完善治理架构，实施数字化转型，加强风险内控，多措并举提升企业现代化治理水平，促进企业长期稳定、可持续发展。

- 50 党建引领，凝聚治理合力
- 51 完善治理，提升决策水平
- 53 合规为基，筑牢风控屏障
- 54 诚信立业，恪守商业道德
- 56 数智赋能，驱动高效运营



党建引领，凝聚治理合力

新华传媒积极发挥党组织“把方向、管大局、保落实”的引领作用，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面落实上级党委相关要求，以党建之“魂”铸就企业发展之“骨”，以党员模范之“火”点燃员工奋斗之“焰”，坚持完善党委核心领导与治理程序的有机融合，通过“双向进入、交叉任职”的方式，积极完善党建工作与业务工作的融会贯通，打造企业治理高质量发展的红色引擎。

案例

创新党建形式，培育“i上党课”教育品牌

公司着力培育“i上党课”品牌，通过“听”“行”“浸”“讲”四种形式，增强党性教育的生动性与感染力，深度激发党员的学习兴趣与热情，提升党员参与度。2024年，公司共开设10节课程，通过教育引领广大党员将学习成果转化为破解业务经营难题、推动企业发展的“金钥匙”。

“i上党课”教育形式



“听” 专家讲座，汲取前沿理论与专业知识；



“行” 走访参观，于实地感悟中拓展视野；



“浸” 入沉浸式项目体验，深度触动思想与心灵；



“讲” 由公司党员干部与普通党员走上讲台，分享经验智慧。



“浸” 党课体验

案例

发扬红色传统，感悟党纪初心

为推进党纪学习教育工作，弘扬红色文化，2024年7月，公司党委中心组成员、公司新发展党员及上级单位一行30余人，前往上海历史博物馆参观“光荣之城——上海市革命场馆联盟红色文物史料展”。此次参观活动教育引导党员干部守初心、明党纪，鼓励党员发扬党的优良传统，立足本职工作，在新征程上开拓创新、奋发进取，为公司高质量发展，为建设文化强国、推进中国式现代化做出新的更大贡献。



党纪学习教育参观教育

案例

开展青年骨干培训，助力企业发展与责任践行

2024年11月，公司党委开展了团组织书记、青年骨干培训班，内容涵盖理论学习与实务培训、户外拓展与实践教学两大部分，参与人数近30人。培训中，学员不仅对中华民族精神、知识产权等内容开展了学习，并通过低碳骑行、参观零碳主题店等户外活动，深刻理解践行绿色发展理念，为公司的可持续发展注入新鲜活力。



青年骨干参观“一尺之间”零碳主题店

完善治理，提升决策水平

新华传媒严格遵守法律法规及监管要求，不断优化现代企业治理结构，完善股东大会、董事会、监事会及经理层相互制衡、相互协调的管理体制，确保各主体权责明确、各司其职，切实维护投资者与公司利益相关方的权益。

三会运行情况

股东大会

共召开股东大会 **2** 次，审议通过议案 **9** 项



董事会及其专门委员会

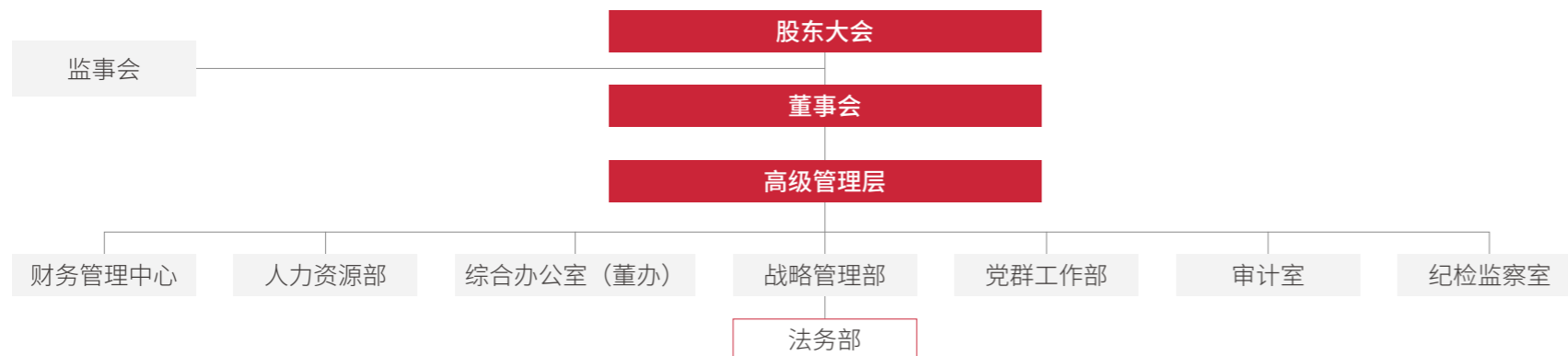
共召开董事会 **8** 次，审议通过议案 **35** 项
审计委员会召开 **6** 次，审议通过议案 **14** 项
薪酬与考核委员会召开 **1** 次，审议通过议案 **1** 项
提名委员会召开 **2** 次，审议通过议案 **2** 项

监事会

共召开监事会 **5** 次，审议通过议案 **12** 项



公司管理本部治理架构



董事会组成

公司董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会，各专门委员会均按照公司治理和内部控制制度规范运行。此外，公司董事长与总经理分设，并严格依据《董事长工作细则》《总裁工作细则》履行职责，充分保障公司稳健规范发展。

多元化与专业性

- 公司董事会共有董事 9 名，其中独立董事 3 名，女性董事 2 名。董事会成员经验丰富、专业互补，背景涵盖新闻、广告、地产、投资、法律和审计等领域，通过技能、专业知识、经验的恰当组合，为董事会的决策提供专业且有力的支持，以适应公司发展的要求。

独立性

- 公司审计委员会共计 3 人，由 2 名独立董事、1 名非执行董事构成；
- 提名委员会、薪酬与考核委员会均由独立董事担任召集人且占多数，以更好地发挥独立董事的监督决策作用。

董事、监事和高级管理人员薪酬机制

公司董事、监事薪酬标准由股东大会审议决定，实行年薪制，独立董事津贴按月发放；对高级管理人员实行年薪制，并制定《高级管理人员薪酬考核制度》，于每年年初确定高管人员经济责任财务指标与发展质量目标，并依据年度经济目标的完成情况对高管进行奖惩，完善公司绩效评价与激励约束机制。

公司成立了以独立董事占多数并担任召集人的董事会薪酬与考核委员会，制定了《董事会薪酬与考核委员会实施细则》。薪酬与考核委员会按年度对公司高级管理人员的绩效和履职情况进行考评并根据考评结果及薪酬分配政策提出高级管理人员的报酬数额和奖励方式，严格依据相关指标和标准对公司高级管理人员实行年度目标考核。

此外，公司已通过专项基金激励的方式，将高管薪酬与年度 ESG 工作完成情况进行挂钩，以保障公司可持续发展决策在运营中得到有效落实。

信息披露与投资者关系

公司持续优化投资者沟通与信息披露机制，拓展沟通渠道，切实维护股东、特别是中小股东的知情权，提升信息披露的透明度。公司制定《信息披露管理办法》《投资者关系管理制度》等政策文件，增进投资者对公司的了解，保护投资者的合法权益。

公司投资者沟通渠道

	定期报告与临时报告		网上业绩说明会		股东大会投资者交流会
	上证 e 互动平台		证券事务邮箱		投资者热线电话
	券商策略会		实地调研		线上会议

▶ 报告期内

公司披露各项挂网文件

60 项

临时公告

34 项

通过上证 e 互动平台回复投资者问题

43 个

答复率

100%

组织开展线上、线下投资者沟通活动

3 次

合规为基，筑牢风控屏障

新华传媒依据《企业内部控制基本规范》及其他监管要求，建立健全并有效实施风险管理及内部控制机制，以保障经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进实现发展战略为目标，严格按照国有企业风控和廉政纪律规范开展业务和相关活动，以满足上市公司内控和国有企业风控相关法律法规和操作规范的双重要求。

风险内控

公司每年度结合自身规模、行业特征、风险偏好和风险承受度等因素，对商业道德、环境影响、企业治理、经营违规、企业声誉等 ESG 相关风险进行积极识别与评估，区分财务报告内部控制和非财务报告内部控制，并由外部机构出具鉴证报告后，经董事会审议通过。各项风控指标均会纳入各子公司负责人年度经营责任书进行年度打分或一票否决考核，通过内控体系的切实运作，保障企业稳健、可持续发展。

守法合规

公司始终坚持依法治企与合规运营，制定《法律事务管理制度》《财务管理制度》《资金管理制度》等政策，从多方面保障经营活动依法合规开展。在具体实践中，公司一方面注重行政及刑事处罚的防范，致力于公司治理的完善、组织股东核查及披露工作，认真做好争议案件的核查及披露；另一方面，通过定期识别和评价合规义务，对合规风险进行动态预警并及时应对，采用合规风险的嵌入式审查机制，强化重点人员的合规管控，并建立合规管理报告途径，全方位构建起严密的合规运营体系，以有效应对各类潜在风险与挑战，保障公司稳健、有序发展。



诚信立业，恪守商业道德

新华传媒高度重视商业道德建设工作，设立纪委监察部，对公司反腐败、反贿赂工作进行监督管理，并制定《“三重一大”决策制度实施意见》《重大项目党风廉政监督管理工作若干规定》《领导人员履职待遇、业务支出管理实施细则》等政策文件，强化正风肃纪，对违反商业道德的行为进行严格地管理。

▶▶ 报告期内

公司高管及直管中层干部签署廉洁承诺书

37人

签署率达

100%

公司受理、回复、办结各类信访件

52件

受理回复率达

100%

未发生贪污腐败事件

重大项目党风廉政监督管理工作要求

对于重大项目坚持“谁主管、谁负责”的原则，建设项目实施管理的第一责任人也是项目党风廉政建设的责任人

公开信访接待、受理渠道，对信访进行核查处理。如反映情况属实，将按照相关规定进行及时严肃处理

牵头开展廉政教育活动，召开廉政教育会议，对关键岗位负责人进行提醒谈话，强化廉政责任意识，明确廉政建设要求，签订《项目廉政建设责任书》

在监督管理过程中如发现重大问题线索，应及时向公司纪委、纪检监察部门报告，如发现隐瞒不报、权谋私利、庇护他人或涉嫌违纪违法的，将按规定追究相关人员责任

强化对项目关键环节管控，防范化解廉政风险。加强对制度执行情况的重点监察和合规监督。对相关合作方进行廉政交底，考察其廉政制度建设和廉政规定的知晓程度，前移廉政建设

建立项目党风廉政建设责任制检查考核机制，结合年度考核工作开展检查考核。实行廉政建设一票否决制



公司举报渠道



专用举报电话：021-60376257

举报人保护机制

公司制定并完善举报人保护相关规定，由专人负责受理举报线索，并对公用举报邮箱、举报材料进行保密处理，对举报人的姓名、工作单位、电话邮箱等个人信息及举报内容严格保密，切实保护举报人的合法权益。

宣传廉洁文化

公司在严格遵守商业道德的同时，全面贯彻落实中共中央《关于加强新时代廉洁文化建设的意见》精神，深入抓好新时代廉洁文化建设，积极向社会倡导廉洁文化。2024 年，公司积极谋划《上海新华传媒廉洁文化三年行动计划建设工作项目（2025-2027）》，切实把廉洁文化建设融入公司宣传思想文化工作中。

▶▶ 报告期内

公司开展反商业贿赂及反贪污培训

74 场

共计

16 小时

参与

1,555 人次

案例

加强廉政宣传覆盖，提升干部法纪素养

公司积极发挥微信平台“廉政之窗”作用，及时转发党风廉政建设 and 廉洁文化建设理论文章以及党纪党规的解读文章、学习问答，使党员干部不断跟进新规学习，做到“节日放假、纪律无休”，持之以恒把纠治“四风”向纵深推进。截至目前共转发“新条例”解读、学习问答、通报曝光、名家说廉、廉政提醒等各类文章、视频 87 篇，实现宣传传播广泛覆盖、有效覆盖。

召开党纪学习教育警示大会，构筑廉洁思想防线

2024 年 5 月，公司召开党纪学习教育警示大会，公司党政班子成员、中层干部及下属各单位支部委员等 70 人参加会议。公司党委书记、董事长出席会议并讲话。上海地方志纪检监察卷主编、上海市委党校客座教授开展辅导讲座《关于中国共产党纪律处分条例的相关问题》。公司持续开展多元化的廉洁宣贯，引导教育广大党员进一步提高深入学习党纪的思想自觉和行动自觉。

“家书家训话清廉”主题特展，宣传廉洁文化

2024 年 9 月，公司纪委在报业集团纪委指导下，与新华连锁纪委、1925 书局共同举办“家书家训话清廉”主题特展。此次展览线上线下同步开展，精选 28 篇家书与家训，包括千年家训古文、革命志士与先烈、老一辈无产阶级革命家、新时代脱贫攻坚干部的家书等，让参展者体会“清廉”美德的代代传承。展览特别制作主题明信片、清廉主题印章和廉洁文化主题书架，进一步增加观展互动性和参与性。



“廉政之窗”公众号平台



党纪学习教育警示大会



“家书家训话清廉”主题特展

反垄断与反不正当竞争

公司贯彻落实《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》等相关规范性文件及《反不正当竞争合规指引》《反垄断合规指引》等规定，加强自律，自觉遵守反垄断法律法规，强化公平竞争意识，促进良好的市场竞争氛围。

▶▶ 报告期内

公司涉及因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚

0 起

未收到有关不正当竞争的投诉和举报

数智赋能，驱动高效运营

新华传媒持续完善数据治理体系，开展企业数据储存及数据计算平台等相关基础建设，打通各项系统数据汇聚与交换渠道，通过数字化建设提升工作效率，实现企业高效运营。

数据治理与建设举措



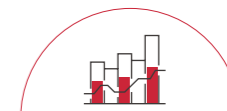
推进数据基础平台建设

- **数据存储及计算平台：**自 2022 年开始，公司整合数据存储与计算平台资源，在本地机房建设公司超融合计算平台，在云端建设公司云计算服务平台，实现统一运维管理，提升系统运维效率与资源利用率，并实现核心系统的异地容灾，确保数据存储平台安全稳定，夯实数据存储计算资源底座。
- **数据服务平台：**自 2016 年开始，通过实施国家文化产业发展专项资金扶持的“CNONIX 标准创新应用”项目，建设完成符合中国出版物信息在线交换 CNONIX 标准的数据服务平台。



促进数据汇聚互通

- 公司持续建设完善图书供应链系统数据汇聚与交换平台。平台抽取并汇聚图书供应链中采购、物流、销售等各板块业务系统的生产数据，根据业务需要以不同维度进行汇总分析。平台实现采购、物流、门店、供应商等多个板块业务系统之间的数据互通交换，各系统以“采购配发”为核心，交换包括商品信息、采购、到货、发货、库存、销售等业务数据。



完善数据治理体系

- 对图书商品数据、图书 MARC 数据建立统一规范及管理流程，开展数据的采集、编辑加工、审核等工作，形成规范、丰富的图书商品数据资产，服务于门店、电商、馆配等各个业务经营板块，同时对外提供数据输出，服务于馆配、团购等各类政企客户以及合作伙伴。
- 将各业务系统数据抽取、清洗、存储到数据中心，结合数据分析模型，形成统一的经营分析数据库，服务各业务经营板块。

关键绩效表

指标	单位	2024 年
环境管理		
环保活动次数	场	16
环保活动参与人次	人次	2,686
能源消耗 ¹		
电力	千瓦时	10,466,768.85
汽油	升	49,967.33
柴油	升	47,495.56
水资源消耗 ²		
用水总量	立方米	83,407.92
废弃物排放 ³		
固体废弃物回收利用处置总量	吨	19.47
员工构成		
员工总数	人	1,236
30 岁以下	人	132
30-50 岁	人	864
50 岁以上	人	240
女性	人	583
男性	人	653

指标	单位	2024 年
员工构成		
汉族	人	1,218
少数民族	人	18
销售人员	人	668
技术人员	人	70
财务人员	人	57
行政人员	人	370
其他人员	人	71
本科及以上学历	人	531
专科	人	496
高中及以下	人	209
员工雇佣		
新进员工总数	人	62
员工流失率	%	5.72
员工培训		
培训投入总额	万元	25.95
接受培训的员工覆盖率	%	38.44
性别划分：接受培训的男性员工	%	30.50

指标	单位	2024 年
员工培训		
性别划分：接受培训的女性员工	%	38.73
类型划分：接受培训的基层员工	%	15.38
类型划分：接受培训的中级管理层员工	%	64.50
类型划分：接受培训的高级管理层员工	%	100.00
员工培训平均时长	小时	10.63
性别划分：男性员工接受培训的总时长	小时	4.28
性别划分：女性员工接受培训的总时长	小时	8.17
类型划分：基层员工接受培训的总小时数	小时	9.50
类型划分：中级管理层员工接受培训的总小时数	小时	29.35
类型划分：高级管理层员工接受培训的总小时数	小时	34.08
员工关怀		
员工关怀投入总额	万元	2,407.18
困难员工帮扶	人次	102
困难员工帮扶投入总额	万元	12.46
产假员工返岗率	%	100.00
育儿假员工返岗率	%	100.00
职业健康安全		
职业健康类保险覆盖率	%	100.00
职业健康类保险投入总额	万元	105.86
职业健康体检覆盖率	%	100.00

指标	单位	2024 年
职业健康安全		
安全生产投入总额	元	21,223.49
安全生产培训次数	次	7
安全生产培训员工参与人次	人次	2,616
安全生产培训员工覆盖率	%	100.00
安全生产培训总时长	小时	11
员工伤亡人数	人	0
因工伤亡率	%	0
社会公益		
员工志愿活动参与人数	人	247
乡村振兴		
乡村振兴投入总额	万元	912.30
创造就业岗位	人次	105

注：1. 结合公司实际耗能情况，此次披露数据为公司主要耗能运营点，用电量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店、房报传媒办公区及上海书城福州路店；汽油消耗量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店；柴油消耗量覆盖运营点为新华连锁物流部门。

2. 结合公司实际耗水情况，此次披露数据为公司主要耗水运营点，用水总量覆盖运营点为新华连锁办公区及各门店、上海书城福州路店。

3. 结合公司实际废弃物排放情况，此次披露数据为公司可回收报废书籍总量。

上海国资委《指标体系》指标索引

一级指标	二级指标	三级指标	位置 / 解释
E 环境	E1 环境管理	E1.1 环境管理目标和制度	守护环境，构筑绿色屏障
		E1.2 通过环境管理体系认证	/
		E1.3 绿色产品研发与环保技术使用	气候守护，绘就双碳画卷
		E1.4 环保总投入	公司环保投入金额暂未单独统计，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E1.5 环保培训绩效	守护环境，构筑绿色屏障
	E2 能源	E2.1 能源管理目标和规划	节能增效，驱动绿色未来
		E2.2 节约能源举措	节能增效，驱动绿色未来
		E2.3 可再生能源开发与应用	气候守护，绘就双碳画卷
		E2.4 能源消耗总量	节能增效，驱动绿色未来
	E3 资源	E3.1 资源管理体系和规划	精益管理，资源循环利用
		E3.2 水资源目标和规划	精益管理，资源循环利用
		E3.3 节约用水举措	精益管理，资源循环利用
		E3.4 年度用水总量	精益管理，资源循环利用
		E3.5 其他资源使用管理	精益管理，资源循环利用
	E4 污染物	E4.1 废水管理目标和规划	
		E4.2 减少废水排放举措	公司主要从事图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务，不涉及生产污水，生活污水由环卫及有关部门统一回收处理。
		E4.3 废水循环使用量	
		E4.4 废水污染物排放量	

一级指标	二级指标	三级指标	位置 / 解释
E 环境	E4 污染物	E4.5 废气管理目标和规划	公司不涉及废气排放。
		E4.6 减少废气排放举措	
		E4.7 废气污染物排放量	
		E4.8 固体废弃物管理目标和规划	精益管理，资源循环利用
		E4.9 固体废弃物处理举措	精益管理，资源循环利用
		E4.10 固体废弃物排放量	公司固体废弃物以生活垃圾为主，由环卫及有关部门统一回收处理。
		E4.11 固体废弃物回收、利用、处置	精益管理，资源循环利用
		E4.12 其他污染物管理	精益管理，资源循环利用
	E5 气候变化	E5.1 识别气候变化风险，以及建立应对气候变化的目标、战略	气候守护，绘就双碳画卷
		E5.2 助力“双碳”目标的举措	气候守护，绘就双碳画卷
		E5.3 碳核查 / 盘查举措	/
		E5.4 温室气体排放量	
E6 生物多样性	E6.1 生物多样性保护制度	绽放共生，守护自然之美	
	E6.2 生物多样性保护举措	绽放共生，守护自然之美	
S 社会	S1 产品和服务	S1.1 产品安全与质量管理体系	优质服务，传递文化价值
		S1.2 通过产品质量管理体系认证	优质服务，传递文化价值
		S1.3 产品研发创新	优质服务，传递文化价值
		S1.4 知识产权保护	优质服务，传递文化价值

一级指标	二级指标	三级指标	位置 / 解释
S 社会	S1 产品和服务	S1.5 客户信息保护和隐私	服务社会，彰显国企担当
		S1.6 客户服务管理制度	优质服务，传递文化价值
		S1.7 负责任宣传	优质服务，传递文化价值
		S1.8 客户投诉量 / 投诉解决率	/
		S1.9 客户满意度	优质服务，传递文化价值
	S2 员工责任	S2.1 员工雇佣和员工组成	以人为本，成就员工价值
		S2.2 员工流失率	以人为本，成就员工价值
		S2.3 员工民主管理	以人为本，成就员工价值
		S2.4 薪酬与福利体系	以人为本，成就员工价值
		S2.5 员工关爱	以人为本，成就员工价值
		S2.6 员工满意度	/
		S2.7 员工职业健康安全管理	以人为本，成就员工价值
		S2.8 通过职业健康安全管理体系认证	/
		S2.9 安全应急管理举措	以人为本，成就员工价值
		S2.10 安全生产投入总额	以人为本，成就员工价值
S2.11 安全生产培训绩效	以人为本，成就员工价值		
S2.12 因工受伤和死亡	以人为本，成就员工价值		
S2.13 员工体检覆盖率	以人为本，成就员工价值		
S2.14 员工职业发展制度	以人为本，成就员工价值		
S2.15 员工培训和实践举措	以人为本，成就员工价值；关键绩效表		

一级指标	二级指标	三级指标	位置 / 解释	
S 社会	S2 员工责任	S2.16	员工发展的成效	以人为本，成就员工价值
		S3 供应链责任	S3.1	供应商管理制度
		S3.2	供应商 ESG 审查	/
	S4 社区责任	S4.1	开展公益慈善活动	心系社区，贡献公益力量
		S4.2	公益慈善投入	心系社区，贡献公益力量
		S4.3	志愿服务绩效	心系社区，贡献公益力量
	S5 企业责任	S5.1	服务国家或上海市战略	专题；服务社会，彰显国企担当
		S5.2	应对公共危机	服务社会，彰显国企担当
		S5.3	信息安全	服务社会，彰显国企担当
		S5.4	公共服务	专题；服务社会，彰显国企担当
S5.5		税务贡献	服务社会，彰显国企担当	
G 治理	G1 公司治理	G1.1	党的领导	党建引领，凝聚治理合力
		G1.2	董事长 / 总经理分设	完善治理，提升决策水平
		G1.3	外部董事占比	完善治理，提升决策水平
		G1.4	合规管理体系	合规为基，筑牢风控屏障
		G1.5	风险管理体系	合规为基，筑牢风控屏障

一级指标	二级指标	三级指标	位置 / 解释
G 治理	G2 ESG 治理	G1.6 审计制度	合规为基，筑牢风控屏障
		G1.7 避免违反商业道德的举措	诚信立业，恪守商业道德
		G1.8 反垄断与公平竞争	诚信立业，恪守商业道德
		G2.1 董事会参与 ESG 管理	搭建 ESG 管理体系
		G2.2 ESG 工作组织架构	搭建 ESG 管理体系
		G2.3 ESG 战略 / 目标	/
		G2.4 ESG 利益相关方识别	利益相关方沟通
		G2.5 实质性议题识别	ESG 重要性议题评估
		G2.6 ESG 相关制度	搭建 ESG 管理体系
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	利益相关方沟通
		G2.8 管理层薪酬同 ESG 绩效挂钩	完善治理，提升决策水平
		G2.9 具体业务考虑 ESG 要素	/
	G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	数智赋能，驱动高效运营
		G3.2 数据汇聚互通	数智赋能，驱动高效运营
		G3.3 数据治理体系	数智赋能，驱动高效运营

读者反馈

尊敬的读者：

感谢您阅读《新华传媒 2024 年度环境、社会和公司治理 (ESG) 报告》，为向您及其他利益相关方提供更专业、更有价值的企业 ESG 信息，请您协助我们完成反馈意见表中的相关问题，以帮助我们在今后进一步提升 ESG 工作水平。

选择题（请您在相应的位置选择打✓）

1. 对于新华传媒而言，您的身份是

员工 客户 供应商 监管机构 媒体 其他（请注明）

2. 您对本报告的整体评价是？

很好 较好 一般 较差 很差

3. 您认为本报告的结构：

很合理 较合理 一般 较差 很差

4. 您认为报告版式设计和呈现形式：

很好 较好 一般 较差 很差

5. 您认为新华传媒在环境议题上的综合表现：

很好 较好 一般 较差 很差

6. 您认为新华传媒在社会议题上的综合表现：

很好 较好 一般 较差 很差

7. 您认为新华传媒在治理议题上的综合表现：

很好 较好 一般 较差 很差

开放性问题：

您对新华传媒的 ESG 工作有哪些意见和建议？

2024 环境、社会
和公司治理(ESG)报告

上海新华传媒股份有限公司



投资者专线: +86 (21) 60376284
传真: +86 (21) 60376287
地址:上海市漕溪北路331号新华中心(中金国际广场A座) 7-8楼
邮编: 200030