

中国出版传媒股份有限公司

2023 年度社会责任报告

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，一年来，公司坚持不懈用党的创新理论凝心铸魂，牢记“国之大者”、坚定拥护“两个确立”、做到“两个维护”的政治自觉、思想自觉、行动自觉得到强化。全面贯彻落实党的二十大精神和中央有关部署要求，认真履行出版领域“国家队”职责，坚持稳中求进工作总基调，一体推进出精品、出效益、出人才，政治建设不断加强，出版主业巩固提升，治理水平有效提高，形成社会效益与经济效益有机统一的发展局面。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等文件精神，公司编制了 2023 年度社会责任报告，系统总结和反映了公司过去一年在履行社会责任方面的实践与成果。

一、以主题教育为重要契机和强大推动，党的建设取得新成效

（一）深入扎实推进主题教育

按照党中央统一部署，并响应公司控股股东中国出版集团有限公司的号召，公司于 2023 年 4 月积极开展主题教育工作。在中央指导组的有力指导下，公司按照学思想、强党性、重实践、建新功总要求，把握出版工作意识形态属性和文化属性，针对文化央企的特点、出版单位背景的特点，加强组织领导，有序部署推进，着力在理论学习上下实功、在调查研究上出实招、在检视整改上求实效、在推动发展上创实绩，以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干取得扎实成效。

（二）党的领导和公司治理进一步有机融合

各级党组织发挥政治功能和组织功能，把党的领导落实到增强企业竞争实力、推动高质量发展各环节，管党治企责任进一步压紧压实。认真落实主题教育以及宣传思想战线大调研工作部署，聚焦影响和制约企业高质量发展的痛点难点问题，各级党组织深入开展调研，建立调研成果转化运用清单，形成以务实调研促进科学决策的常态化机制。

（三）党风廉政建设持续深化

进一步突出政治监督、做实日常监督，强化对关键少数、关键环节、关键岗位监督。持续开展警示教育，通报中央和国家机关年轻党员干部典型案例以及内部查处的典型案例，严格落实中央八项规定及其实施细则精神，有力提升纪检干部政治素养和履职能力。

二、聚焦多出精品，出版主业优势得到新提升

过去一年，公司主业效益突出，主要出版指标领跑全国，实现了社会效益和经济效益相统一，出版“国家队”引领作用充分彰显。人民文学出版社《回响》入选第十一届茅盾文学奖；中华书局《百年革命家书》等 8 种图书获得第八届中华优秀出版物奖；商务印书馆《红色气质》、人民文学出版社《燕食记》等 6 种出版物入选 2022 年度中国好书，数量位居全国第一；东方出版中心《书于竹帛：中国古代的文字记录（六十周年纪念版）》、人民文学出版社《四时工巧：乡土中国寻美》入选第十八届文津图书奖；三联书店《观念的形状：文物里的中国哲学》、人民美术出版社《极简中国服装史》等 22 种出版物入选 2023 年中国好书月榜，数量位居全国第一。

公司图书零售市场实洋占有率 7.58%，动销品种超 10 万种，继

续领跑行业；新书实洋占有率 5.19%，位列行业首位并创近年新高。

（一）主题出版进一步突出特色做大规模

聚焦出版宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，把党的创新理论类选题单列，加强专题研究，重点跟踪管理。立足人文社科特色，创新话语表达方式，围绕习近平总书记治国理政新思想，推出《新时代哲学社会科学创新文库》等公司统筹项目；围绕习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论，出版《道理学理哲理·党的创新理论研究阐释丛书》等重点出版物；围绕“两个结合”理论真谛，推出《马克思主义与中华优秀传统文化相结合十讲》《百年中国共产党与马克思主义中国化时代化》等一系列精品图书；围绕习近平强军思想，制定“庆祝中国人民解放军建军 100 周年主题出版规划”。围绕中长期重大主题和年度重大节点，策划主题出版物 300 余种。纪念毛泽东同志诞辰 130 周年，推出《风起陕甘宁》《最美东方红——纪念毛泽东同志诞辰 130 周年诗词合唱作品精粹》。

深刻把握以人民为中心的出版工作宗旨，推出报告文学《奔跑的中国草》、作品集《人民艺术家·王蒙创作 70 年全稿》、红色经典连环画《火热的年代、火红的青春》、科普图书《中国儿童海洋百科全书》等多样化精品。讴歌新时代伟大变革，推出《中国式现代化的新路径》《顾诵芬：把理想写在祖国蓝天》。深入阐释中华文明的突出特性，推出《从封建到大一统：〈史记〉中的历史中国》《万年中国——中华文明的起源与形成》等一大批优秀读物。

（二）意识形态工作责任有效落实

进一步严格执行“三审三校”、重大选题备案、图书阅评、选题审核等出版管理制度。进一步优化重备流程，充分发挥总编辑例会的通

报提示功能以及业务管理机制的传导功能，对导向风险第一时间预警、及时应对。全年审核选题近 8,000 个，重大选题备案百余项，对上百种已出版的出版物内容质量和编校质量进行抽查，特别加大对教材教辅、少儿读物的检查力度。把思想政治工作和意识形态工作紧密结合，加强形势政策教育和“四史”教育，加强意识形态工作专题培训。持续强化新媒体监管和舆情应对，建立舆情快速反应机制，有力保护优秀文化品牌。

（三）重大出版任务取得重要成果

公司将《复兴文库》作为重中之重，完善管理机制、加强协调保障，不断加大宣介工作力度。目前，已累计发行超过 5,000 套，覆盖全国 2,000 余家图书馆。举办各类主编宣讲活动，组织权威专家从多角度介绍《文库》的出版价值、思想价值及阅读价值。推进《复兴文库》相关“四史”学习辅导读本、革命思想史、民族复兴史产品集群选题策划工作。

点校本“二十四史”及《清史稿》修订工程新出版《南史》，累计共出版 13 种 71 册，《北齐书》《晋书》《明史》《三国志》《宋史》进入编辑流程。《永乐大典》和敦煌文献系统性保护整理出版工程相关工作任务、中华民族音乐传承出版工程平台建设取得阶段性进展。

（四）各出版类别竞争力不断提升

文艺类市场份额保持第一，《额尔古纳河右岸》年销量突破 350 万册，累计销量超 500 万册，位列 2023 年全国图书零售市场年度销量总榜榜首、虚构类图书榜首；《欢迎来到人间》《星空与半棵树》《极简中国篆刻史》等一批新书热销。基础性出版第一品牌地位持续巩固，百科三版纸质版累计出版 19 卷，《中国佛教（中英文卷）》

《牛津高阶英汉双解词典（第 10 版）》《中华大藏经（汉文部分）·续编》、“清代诗人别集丛刊”（第二辑）等基础性图书更好服务国家文化知识体系建设。

社科学术精品不断涌现，学术文化类市场份额保持第一，《观念的形状：文物里的中国哲学》《儒脉：中国儒家学派史》《哲学与社会：老年沉思录》《中国国家博物馆国际博物馆学译丛》反映学术研究新成果。大众阅读精品亮点迭出，少儿教育、科技经管类出版形成特色，《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子 7》《不破楼兰誓不还》《为什么伟大不能被计划》《少年们，读民法典吧！》《光的探索：从伽利略望远镜到奇异量子世界》成为年度阅读热点。推动期刊板块高质量发展，出台专门工作意见，推动书刊互动、创新转型。《机器人外科学杂志》入选科技核心期刊阵营；《音乐研究》影响力指数位列音乐类核心期刊之首；《当代》评奖活动首次走出北京，提升期刊资源聚拢能力。

三、品牌推广全方位拓展，营销渠道持续拓宽

公司首次制定《全民阅读行动方案》，“全民阅读百场读书会”“百位名家百日领读”“名社大社读者开放日”等活动获得央视报道，引领全民阅读新风尚。“书香央企”“书香高铁”“书香军营”加快推进，开展读者大会、云展销、直播、短视频等新型阅读活动，在帮扶地区建立乡村阅读基地，扩大新一轮“文化润疆”工程，130 余种图书入选农家书屋，让高品质阅读惠及更多读者。

公司坚持深耕线下，扩大重点产品渠道推广和市场规模。密切与重点馆配渠道合作，优化特色馆配模式。统筹参加近 20 场全国重要展会，现场销售总码洋近 1,500 万元，创近年新高。人民文学出版社

持续挖掘线下潜力，邀请作家参加书展、走进书店带动销售，实体书店占有率提升 0.2 个百分点。中华灿然书屋在王府井重装开业，三联韬奋书店全年承接、举办各类文化活动 40 余场。商务印书馆全年举办“学术有声”“自然大讲堂”等直播活动 200 余场，积极开展社群营销，在小红书、B 站等社交平台放大“种草”能量，以线上流量带动线下消费。三联书店新媒体矩阵粉丝总量超 2,800 万，中读平台用户超 300 万。

四、出版“走出去”工作持续加强，提升出版国际传播效能

商务印书馆、中华书局、大百科全书出版社获评“2023—2024 年度国家文化出口重点企业”；人民文学出版社荣获“中国版权金奖——推广运用奖”。公司国际化工作“朋友圈”进一步扩大，与施普林格·自然集团、泰勒-弗朗西斯出版集团等国际头部出版企业开展深度合作。通过参加马来西亚、塞浦路斯、法兰克福等重点国际书展和主宾国活动，持续推进公司优质产品和内容的对外传播。2023 年公司版权输出数量保持在近千种。

五、服务文化民生，积极履行社会公益事业责任

公司将扶贫济困等公益捐赠活动常态化，积极服务文化民生。深入贯彻落实党中央关于“深化全民阅读活动”的有关精神，扎实推进农家书屋建设和乡村阅读工作，所属出版社积极响应，人民文学出版社、中华书局、大百科全书出版社、人民美术出版社、人民音乐出版社、现代教育出版社等向青海省黄南州、四川省德格县、内蒙古兴安盟科尔沁右翼中旗等地开展图书捐赠。商务印书馆在甘肃定西渭源县设立《新华字典》奖学金。积极落实乡村振兴战略，助力乡村教育事业发展。世界图书出版公司向面向北京城区的打工子弟开展的“阅读点亮

未来”活动进行捐赠。2023 年度，公司在公益方面捐赠图书码洋 8,200 万元。

六、有效发挥文化优势与出版特色，巩固拓展脱贫攻坚成果

公司积极落实增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力的意见要求，秉承“中央要求、地区需要、中版所能”原则，充分展现国有企业的责任担当，以巩固成果为根本，强化措施抓基础；以解决问题为导向，强化责任抓落实；以目标任务为牵引，强化执行抓保障，稳定完善帮扶政策，巩固拓展泽库县和德格县的脱贫攻坚成果，并推动乡村产业高质量发展。

坚持党建引领帮扶，指导人民文学出版社、大百科全书出版社、中国美术出版总社、人民音乐出版社、三联书店等有关党支部分别与德格县委组织部党支部、县委宣传部党支部、县教育和体育局等党支部结对共建，捐赠图书、音像制品、办公用品等。助力人才队伍建设，培训泽库县乡村基层干部、乡村振兴带头人、专业技术人员。支持县委组织部、县乡村振兴局、县教育局加强人才队伍建设，分别在泽库县与西宁市举办“学习贯彻党的二十大精神”专题培训班、乡村人才培训班、中小学党员骨干教师培训班等 10 个培训班，并组织藏药种植技术等专业技术培训，共计培训 225 名基层干部、35 名乡村振兴带头人、138 名教师、30 名种植户。

七、人才队伍结构不断优化，激励约束机制进一步完善

公司开展高层次出版人才队伍建设专题调研，加强人才工作顶层设计。将“四力”大讲堂、编校质量提升训练营、编辑技能大赛等作为加强人才自主培养的重要抓手，不断提高编辑人才政治素养和业务水平。开展“名社助学”员工培训新模式，以内部优质资源共享形式解决

中小社编辑人才不足问题，加快年轻编辑成长。开展第二届编辑工匠、营销人物、岗位能手评选，推广“双通道”晋升机制，鼓励人才在专业技术领域的职业发展。支持人才参加与本人专业、出版行业相关的社会组织和社会活动、从事相关兼职工作。进一步深化与北京大学出版研究院校企共建，形成具体工作方案，联合举办“三个一百”人才培训班，推动“产学研教”协同创新。

大力推行管理人员竞争上岗，探索领导干部能“上”也能“下”的有效机制，有力推动党建和业务融合，突出担当和业绩导向。将干部人才在急事难事担当上、重大项目落实推进上的表现作为重要参考。

八、践行绿色发展理念，积极履行生态环境保护责任

公司充分发挥媒体书单引导大众强化节能减排意识的作用，所属《中国出版传媒商报》社每期书单中均有“双碳”主题图书，如《范式变更：碳中和的长潮与大浪》《写给青少年的“双碳”故事》等书均入榜，特别是在童书书单中，注重推荐“双碳”知识类儿童读物，如《漫画碳中和：孩子需要了解的未来变革》，促进儿童在轻松愉悦的阅读中学习减少碳排放在环境保护和国家发展中的作用。

公司及所属企业自身积极践行绿色发展理念，严格遵守生态环境保护法律法规，把绿色生产、绿色办公、绿色建设作为提高企业发展质量的重要内容，认真履行生态环境保护责任。

公司控股子公司北京新华印刷有限公司严格遵守环保相关法律法规，积极应用绿色印刷技术。2023 年度新华印刷采用不含危害成分或杂质热熔胶，所有生产线使用的清洗剂全部采用半水基清洗剂，积极淘汰高能耗电机，降低污染，绿色生产水平进一步提升；在安全生产方面，新华印刷加入北京市安全生产联合会，成为印刷企业

第一家安联成员。

公司控股子公司新华联合发行有限公司使用光伏发电作为其物流中心的重要电力能源，2023 年全年发电量 410 万千瓦时，相当于节约标煤 1,238 吨，减排二氧化碳 3410 吨。

九、进一步完善公司治理体系，维护投资者利益

公司严格按照落实上市公司治理有关要求，不断完善公司治理结构和治理制度，根据监管规则对应修订《公司章程》及 21 项公司治理制度。深入学习并积极落实《上市公司独立董事管理办法》，及时向独立董事传达证监会、交易所的监管要求及相关文件精神，加强独立董事履职保障，促进独立董事积极履职。

报告期内，公司细化信息披露工作，真实、准确、及时、完整地向市场传递公司重要信息，召开 2022 年年度暨 2023 年第一季度、2023 年半年度、第三季度业绩说明会，维护股东特别是中小投资者的知情权。

公司高度重视投资者合法权益保护，2023 年公司实施了 2022 年度利润分配方案，继续按照现金分红方式，每 10 股派发现金红利人民币 1.08 元（含税），合计派发现金红利 1.97 亿元（含税），保证投资者分享公司发展成果。