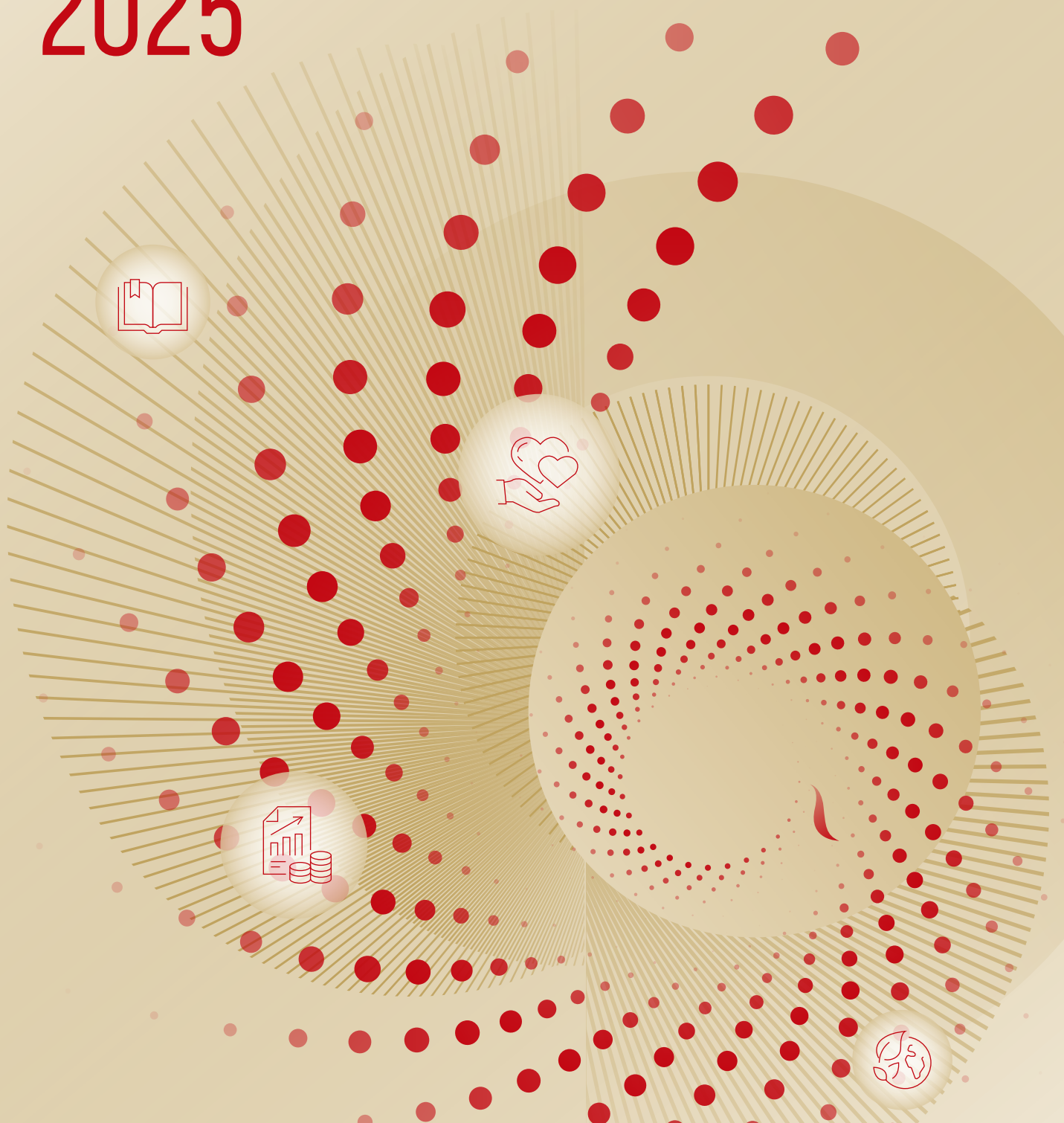


可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT

2025



关于本报告

本报告是江苏凤凰出版传媒股份有限公司发布的第 2 份可持续发展报告，旨在向利益相关方披露公司在经营中对于环境保护、社会责任和公司治理能力方面所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

组织范围

本报告覆盖江苏凤凰出版传媒股份有限公司及其下属公司（与合并财务报表所覆盖的范围一致）。

报告期间

本报告时间跨度为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告的可比性与完整性，部分信息适当向前追溯、向后延伸。

称谓说明

为便于表达和阅读，“江苏凤凰出版传媒股份有限公司”在报告中也以“凤凰传媒”“公司”“我们”表示。

报告参考标准

- 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（征求意见稿）》
- 财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》
- 财政部《企业可持续披露准则第 1 号——气候（试行）》
- 全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 联合国《2030 年可持续发展议程》（SDGs）
- 国际标准化组织（ISO）《ISO26000：社会责任指南（2010）》

数据说明

本报告披露的财务数据来源于《江苏凤凰出版传媒股份有限公司 2025 年年度报告》。其他数据均来自公司正式文件和统计报告，经公司相关部门审核后发布。如无特殊说明，本报告涉及货币金额均为人民币。

报告获取

本报告以 PDF 电子文档形式在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn/>）和本公司网站（<https://www.ppm.cn/>）供查阅和下载。

CONTENTS

目录

关于本报告	01
董事长致辞	04
走进凤凰传媒	06
可持续发展治理	09

01

诚信合规为基石 稳健治理促发展

党建引领	16
公司治理	17
风险管理与内部控制	19
反商业贿赂及反贪污	21
反不正当竞争	24
知识产权管理	24
出版伦理	25
平等对待中小企业	25

02

环境优先为准则 循环共生促共赢

应对气候变化	28
环境合规管理	31
能源利用	32
资源利用	34
污染物排放	34
废弃物处理	35
循环经济	36
生态系统和生物多样性保护	37

03

责任担当为使命 优质服务促繁荣

文化守护与传播	40
内容质量保障	43
科技创新	46
员工权益与福利	49
员工发展与培训	51
职业健康与安全	55
消费者权益	56
数据安全与客户隐私保护	58
供应链安全	62
乡村振兴	64
社会贡献	65

展望未来	68
附录	69
可持续发展关键绩效	69
报告指标索引	78
意见反馈	80

董事长致辞



“

2025 年是“十四五”收官、“十五五”谋局之年，也是凤凰传媒在挑战与变革中砥砺前行、于变局中开新局的关键一年。面对出版业已进入新发展周期、行业整体下行、文化消费网络化等多重压力，我们始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平文化思想，紧扣国家文化强国、文化数字化，以丰硕的文化成果诠释了文化企业的使命担当。正是基于这份坚守，我们连续上榜“全球出版 50 强”，稳居国内出版企业首位。

固本强基，夯实公司治理基础

卓越治理是驱动凤凰传媒持续前行的核心引擎。我们将党的领导深度融入公司治理全链条，以高质量党建夯实组织根基，保障企业经营管理始终沿着正确方向发展。2025 年，我们持续优化治理架构，推动董事会成员多元化；筑牢风险防线，构建“三道防线”全周期管理体系并完成子企业法治体检；严守合规底线，对商业贿赂与贪污“零容忍”，系统整治廉洁风险以推动风险点向安全点转化；强化知识产权与出版伦理管理，积极应对人工智能挑战并严守内容安全；平等对待中小企业，严格履行付款义务，杜绝拖欠款项纠纷。通过全方位深化治理效能，公司为高质量发展筑牢了坚实根基。

逐绿而行，赋能低碳未来

绿色生态是凤凰传媒高质量发展的鲜明底色。我们将低碳循环理念贯穿于业务经营全链条，多措并举推进节能减排与生态保护，严守环境合规底线，全年无重大环境违规事件。2025 年，凤凰新港数据中心通过全年精细化管理，合计节约电量超过 150 万 kWh；创新采用间接蒸发冷却技术，配置循环水利用系统，显著提升水资源使用效率；实施包装材料“源头减量 + 材料替代”双控机制，实现减耗降本与环保效益的提升；构建纸基资源“使用—回收—再生”闭环网络，推广物流载具标准化周转，全面提升资源循环利用效率，降低原生资源依赖。同时，我们将生物多样性保护融入内容生产，以出版赋能生态科普，筑牢企业可持续发展的绿色屏障。

融合创新，赋能数智转型

科技创新与融合转型是凤凰传媒培育新质生产力、赢得未来竞争的关键变量。我们全面拥抱“人工智能+”战略，推动技术与内容深度融合。“大运河文化数字传播”等入选国家级重点工程，“智聆学伴”等获科技与创新项目认定。发展基础持续夯实，联合东南大学实施 AI 人才培养，智库

连续四年入选国家培育计划。信息化赋能全面升级，出版与发行 ERP 实现全产业链覆盖，合同、档案及审计系统高效运行。

文化惠民，共筑精神家园

文化惠民是国有企业的使命担当。2025 年，我们继续坚守主责主业，全省重点理论读物发行量达 280 万册；连续 47 年圆满完成“课前到书”任务；举办第十五届江苏书展、南京文学书集等活动，销售均创历史新高；全力推进青少年阅读服务体系建设，新增中小校园服务中心 500 家，建设校园实体服务中心 50 家；深化国际传播，6,300 余种图书入藏海外图书馆，并建成 23 家海外“凤凰书架”，推动中华文化精准走向世界。同时我们深耕乡村振兴与公益慈善，以数字书屋、图书捐赠、捐资助学等举措惠及城乡数百万群众，用文化温度促进社会包容与和谐发展。

人才始终是凤凰传媒发展的第一资源。我们致力于营造公平、包容、安全的职场环境，畅通民主沟通与申诉渠道，尊重员工的声音；系统构建覆盖全周期、分层分类的人才培养体系，深化产教融合，强化 AI 赋能，通过技能比武、导师带教等方式加速人才成长，以实干筑牢发展根基，以文化凝聚力量。

道阻且长，行则将至。站在“十五五”开局与文化强国建设的历史交汇点上，凤凰传媒愿与所有同行者一道，以长期主义穿越产业周期，以价值创造引领行业变革，奋力谱写高质量发展的新时代答卷。

走进凤凰传媒

公司介绍

江苏凤凰出版传媒股份有限公司成立于 2011 年 3 月 28 日，是全国中小学教材第二大出版商。公司大众出版业务位列国内第一阵营，国家级出版大奖获奖总数位居全国前列；发行板块主要经济指标居全国同行前列。公司于 2011 年 11 月 30 日在上海证券交易所上市，简称“凤凰传媒”，证券代码“601928”。

凤凰传媒的主营业务为图书、报刊、电子出版物、音像制品的编辑出版、发行，公司教育出版、一般图书出版、图书发行等主要业务板块在国内出版集团的排名均位居前列。在巩固传统业务优势的基础上，公司持续加大转型升级力度，积极完善产业布局，在智慧教育、数据中心、职业教育等产业积极拓展，形成新旧媒体有效融合、新老业务相辅相成的产业布局。公司已形成一体化的产业链和多媒体、多业态的文化产业生态圈，各板块之间资源共享，业务协同，有效降低成本，提高经营质效，做到内容、渠道、技术、服务等优质资源价值最大化。

截至 2025 年末，公司下辖全资及控股子公司 70 家。所属 20 多家出版机构中有 6 家出版社进入中国百佳出版社行列，被评为国家一级出版社。拥有销售网点 1,375 个，总建筑面积超 100 万平方米，图书物流配送中心居全国同行前列。公司资产总额达 305.58 亿元，年营业收入 123.47 亿元。



荣誉认可

当选 2025 年全球出版企业 50 强

第 12 名

创新领导力

- “大运河文化数字传播工程”“江苏省中小学信息科技课程平台”，入选国家新闻出版署“2025 年度出版融合发展工程重点项目”
- “智聆学伴”等 2 个项目，入选国家新闻出版署“2025 年度出版业科技与标准创新项目”
- “凤凰出版融合发展智库”，连续四年入选国家新闻出版署出版智库高质量培育计划

行业领导力

- 第二届国家教材建设奖评选中，基础教育类教材获一等奖 4 种、二等奖 14 种，获奖总数位列地方出版集团首位、全国第二
- 5 种图书入选 2024 年度“中国好书”，入选数创历史新高，首次位居全国第一
- 入选“丝路书香”“经典中国”等国家“走出去”重点项目，数量居全国第一

ESG领导力

- 入选中上协发布 2025 年上市公司现金分红榜单
- 入选第三届“国新杯·ESG 金牛奖百强”榜单
- 获得上交所上市公司 2024 至 2025 年度信息披露工作评价“A”级

亮点绩效



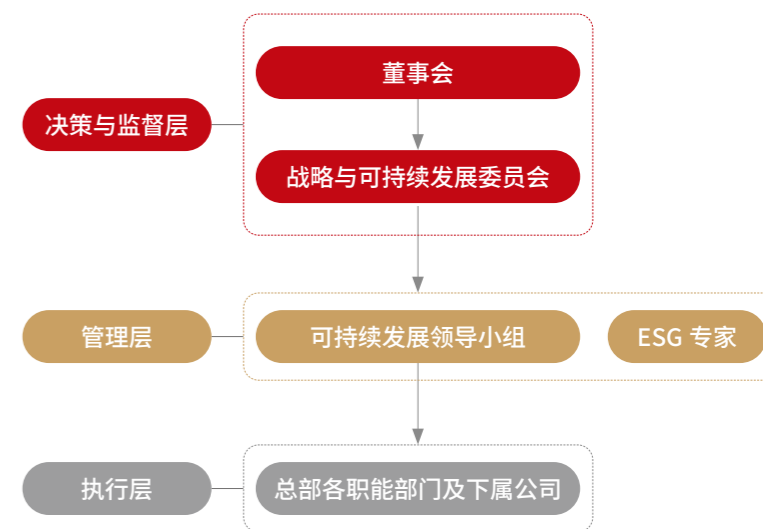
可持续发展治理

凤凰传媒将可持续发展理念融入公司运营与管理体系，持续审视并优化实践路径，完善管理机制，加强全流程管控。公司通过常态化与利益相关方沟通、前瞻性研究可持续发展政策、系统化管理关键议题、科学设定阶段目标并落实改进举措，持续推动可持续发展与核心业务深度融合、协同共进。

可持续发展治理架构

公司已构建起权责清晰的可持续发展治理架构：董事会及下设战略与可持续发展委员会负责决策与监督，可持续发展领导小组负责统筹管理，总部各职能部门与下属公司则负责具体执行，确保可持续发展工作能够系统谋划、常态监督与高效执行，形成管理闭环，保障各项工作扎实落地。2025 年，公司制定并发布《江苏凤凰出版传媒股份有限公司战略与可持续发展委员会工作细则》，明确规定战略与可持续发展委员会的可持续发展工作职责。董事会高度重视 ESG 绩效管理，将安全生产、环境治理、公司治理等关键议题的绩效表现纳入考核体系，并与执行董事及高级管理人员的薪酬挂钩，按年度监督相关目标的达成情况。

凤凰传媒可持续发展治理架构



凤凰传媒战略与可持续发展委员会的可持续发展职责

- 识别公司可持续发展相关风险和机遇，对公司 ESG 等相关事项开展研究、分析和风险评估，指导并监督公司 ESG 相关制度和目标的制定和实施
- 组织协调公司 ESG 相关政策、管理、表现及目标进度的监督和检查，提出相应建议，包括但不限于愿景、目标、举措等
- 审阅公司年度 ESG 相关报告和相关披露信息并提出建议，相关报告和披露信息包括但不限于关注公司温室气体减排、气候变化、水资源利用、绿色产品、安全稳定运营等

可持续发展风险管理及尽职调查

可持续发展尽职调查是公司识别、评估、防范和应对相关风险的核心机制。2025 年，公司甄别出 6 个具有财务重要性的关键议题，并对其关联的风险与机遇进行了系统研判，以制定针对性举措。各项议题的具体治理、风险识别及应对方案详见下文各专项章节。

凤凰传媒具有财务重要性的可持续发展议题				
序号	议题	影响类型	风险与机遇描述	应对举措
1	应对气候变化	风险	<ul style="list-style-type: none"> 极端天气导致纸张供应链中断、上游印刷厂设备损毁导致工期延误、物流配送受阻、门店及商业中心运营中断，同时长期气温上升加速纸张老化，火灾风险增加，直接影响生产运营 碳排放政策收紧和环保标准提高，迫使公司高耗能运营环节，如数字化基础设施进行节能改造，进而导致营业成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 建立供应链风险管理体系和安全库存制度，加强设施防护与应急预案 摸排公司高耗能运营环节，如提前规划数字化基础设施节能改造，采用绿色技术降低能耗
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 消费者环保意识提升和政策推动绿色数字出版及发行需求增长，数字阅读、智能听书、AI 互动内容等数智化低碳产品迎来发展契机，增加营业收入 	<ul style="list-style-type: none"> 加大数字内容平台、智能化阅读服务、AI 生成内容 (AIGC) 及沉浸式交互产品等低碳产品研发投入，推动出版及发行业务数字化、智能化转型，加强市场推广、提升消费者认知
2	员工权益与福利	风险	<ul style="list-style-type: none"> 在用工过程中，若未遵守相关的法律法规而引发劳动纠纷或劳动仲裁，可能导致面临诉讼或行政处罚，进而导致营业成本增加 若员工权益得不到有效保障，不仅易引发核心人才流失与业务中断，推高招聘及运营成本，进而导致营业成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 建立标准化用工流程，并定期开展劳动法规培训与自查，同时设立内部调解机制，在争议发生初期及时介入处理，有效降低法律与行政风险 建立公平薪酬与晋升体系以保持人才竞争力 建立内部沟通与投诉机制，持续完善员工权益保障体系
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 通过主动优化员工权益以提升员工满意度与忠诚度，可直接降低员工流失率与人才吸引成本，同时提高生产效率，进而促使营业成本降低 	<ul style="list-style-type: none"> 不断完善薪酬福利体系建设，以提高员工满意度，并量化福祉投入回报以动态优化策略
3	员工发展与培训	风险	<ul style="list-style-type: none"> 若培训投入未能精准匹配业务需求，且缺乏效果评估与闭环改进，不仅会造成资源浪费，还将因关键技能缺失而降低运营效率和市场占有率，进而导致营业成本增加或营业收入减少 	<ul style="list-style-type: none"> 建立以业务目标为导向的培训体系，开展培训需求分析与效果量化评估
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 投资未来技能培训与领导力梯队建设，促进运营效率与员工创新能力提升，强化内容质量与生产能力，进而推动市场占有率与营业收入增长 	<ul style="list-style-type: none"> 系统规划关键岗位继任计划与高潜人才库，并通过内部认证、项目实践等方式，将学习成果、能力技能与晋升机制、绩效激励挂钩

凤凰传媒具有财务重要性的可持续发展议题				
序号	议题	影响类型	风险与机遇描述	应对举措
4	数据安全与客户隐私保护	风险	<ul style="list-style-type: none"> 数据泄露、信息系统事故会降低公司运营效率，同时导致作者资源流失、版权纠纷，进而导致营业成本增加 信息安全事故可能引发公众质疑与品牌声誉危机，进而影响作者合作与读者忠诚度，导致营业收入减少 	<ul style="list-style-type: none"> 构建从内容创作到发布的全流程数字安全防护与版权合规体系，通过分级保护、加密传输、严格审查与明确授权，系统化降低运营风险 建立事前预案、事中快速响应与事后透明沟通的敏捷危机管理机制，及时止损并修复信任，以稳固品牌声誉与合作关系
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 强化数据安全与隐私保护能力，提升用户信任与品牌竞争力，从而带动数字阅读收入增长并减少安全事件导致的赔偿与合规成本 	<ul style="list-style-type: none"> 建立并完善数据安全管理体系与隐私保护机制，增强客户与合作伙伴信心
5	内容质量保障	风险	<ul style="list-style-type: none"> 若内容质量管控不严谨致品牌受损、用户流失、出版资质受限，并可能因内容失实、导向偏差或重大编校错误引发解约、监管处罚，进而导致营业收入减少或营业成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 构建覆盖策划、编写、审核全流程的标准化质量控制制度，通过编委会评审与技术工具双重把关，以最大限度降低内容失误导致的财务与声誉损失
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 持续提升内容质量可强化 IP 价值与用户粘性，优质原创内容通过多形态开发与授权实现长效收益，吸引优质合作，提升客户粘性与市场占有率，进而促使营业收入增加 	<ul style="list-style-type: none"> 构建 IP 多形态开发与版权运营机制，实现优质内容的经济利益转化
6	反商业贿赂及反贪污	风险	<ul style="list-style-type: none"> 若在业务环节，如采购、招投标中发生贪污事件，可能导致采购成本虚高、资源浪费，并可能因违规经营面临法律制裁与行政处罚，进而导致营业成本、费用和营业外支出增加 若在出版或发行环节发生商业贿赂事件，可能侵蚀内容审核与筛选的公正性，导致低质出版物得以面世，损害公司的专业形象与品牌公信力，并削弱市场号召力与文化影响力，进而导致营业收入减少 	<ul style="list-style-type: none"> 在采购与招投标环节建立标准化、透明化的流程，并对大型项目引入第三方审计，同时加强对关键岗位的廉洁培训与监督，以杜绝贪污空间 在出版环节健全内容审核的独立性与问责制，通过多级评审与读者反馈机制确保内容质量，防范商业贿赂对专业性的侵蚀
		机遇	<ul style="list-style-type: none"> 反商业贿赂及反贪污的内在要求将倒逼公司在选题评审、合同管理、供应商选择、费用结算等关键流程上，推动数字化管理系统建设与透明化改革，有效堵塞舞弊漏洞、提升运营效率、降低合规成本，进而促进营业成本和费用减少 	<ul style="list-style-type: none"> 系统性推进选题、合同、采购到结算的全流程数字化与透明化改革，将合规要求转化为提升运营效率、沉淀管理数据的长效机制

可持续发展培训

为提升公司各级管理人员对 ESG 治理的认知与履职能力，并强化全体员工的 ESG 意识，公司定期邀请可持续发展领域专家开展专项培训。2025 年，培训内容涵盖上交所《可持续发展报告指引》解读、国内外主流 ESG 评级体系构成与编制方法，以及可持续发展核心议题与前沿实践。通过培训，各层级管理人员进一步把握了 ESG 信息披露的监管趋势与市场评价标准，为公司后续完善 ESG 治理体系、提升信息披露质量、有效回应评级机构与利益相关方关切奠定了扎实基础。

利益相关方沟通

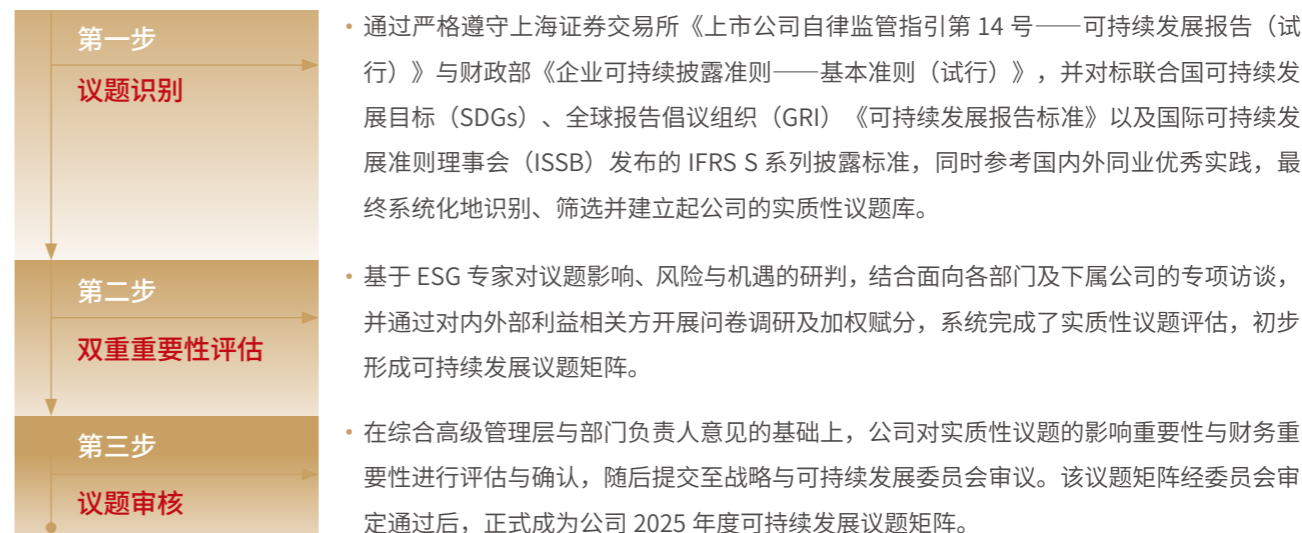
与各利益相关方保持开放、互信的双向沟通,是公司推进可持续发展的重要基石。我们高度重视并持续倾听来自政府、投资者、客户、合作伙伴、员工及社会各界的期望,通过制度化的沟通渠道积极回应,将多元诉求汇聚转化为管理提升与业务创新的动力,致力于创造共享价值。

利益相关方	期望与诉求	沟通渠道与方式	沟通频率
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> · 税收与创造就业 · 合规经营 · 企业党建 · 弘扬主流文化 · 服务教育强国战略 	<ul style="list-style-type: none"> · 工作汇报、沟通与考核 · 巡查与批示 · 工作会议 · 年度报告 	定期 / 不定期
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> · 保护股东权益 · 完善公司治理 · 提升盈利能力 · 信息公开透明 · 回报投资者 	<ul style="list-style-type: none"> · 股东大会 · 业绩说明会 · 定期与临时报告 · 上交所平台互动 · 投资者热线 · 路演 	定期 / 不定期
客户	<ul style="list-style-type: none"> · 提供优质服务 · 严格隐私保护 · 传播内容合规 · 开展文化传播 	<ul style="list-style-type: none"> · 高质量出版物与宣传 · 门店服务 · 售后服务 · 线上门户网站 	定期 / 不定期
合作伙伴与行业协会	<ul style="list-style-type: none"> · 持续稳定合作 · 加强内容输出 · 保持诚信履约 · 贡献行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> · 业务合作与日常沟通 · 供应商定期与临时沟通 · 论坛与交流合作 · 行业标准制定 · 作者年会 	定期 / 不定期
员工	<ul style="list-style-type: none"> · 保障员工权益 · 保障职业健康与安全 · 促进员工发展 · 提升员工福祉 	<ul style="list-style-type: none"> · 工会 · 员工培训 · 生产安全检查 · 节日走访和慰问 	定期 / 不定期
社区与媒体	<ul style="list-style-type: none"> · 支持经济发展 · 信息透明公开 · 乡村振兴 · 社会贡献 	<ul style="list-style-type: none"> · 乡村振兴 · 公益慈善活动 · 论坛与活动 · 社交媒体宣传 	定期 / 不定期

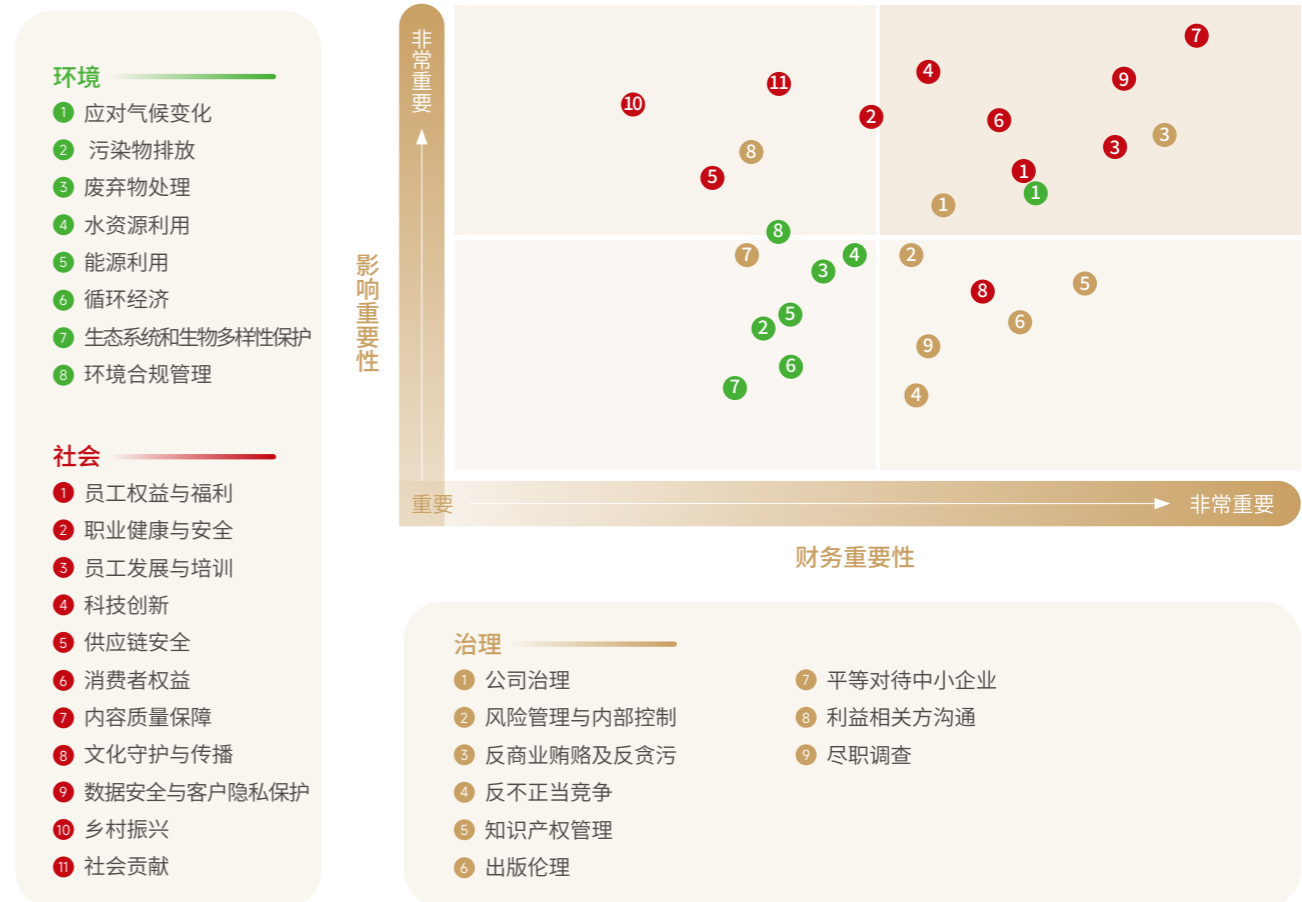
实质性议题分析

公司每年度遵循“双重重要性”原则,基于“识别-评估-审核”的标准流程开展实质性议题评估,以此有效回应各方期望,持续提升可持续发展管理水平。

凤凰传媒实质性议题分析识别流程



凤凰传媒双重实质性矩阵



诚信合规为基石 稳健治理促发展

凤凰传媒坚持党建引领，构建权责清晰的治理架构，健全风险管理与内部控制长效机制；严守出版伦理底线，坚持廉洁从业，对商业贿赂、贪污及不正当竞争“零容忍”；尊重并保护自身及合作方知识产权，坚持公平公正，平等对待中小企业合作伙伴，以高标准合规经营筑牢高质量发展根基。

回应实质性议题

回应7个议题：公司治理、风险管理与内部控制、反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争、知识产权管理、平等对待中小企业、出版伦理

联合国可持续发展目标（SDGs）响应

16 和平、正义与
强大机构



党建引领

公司坚持全面从严治党，贯通治理责任压实、纪律作风锤炼与组织基础夯实，以高质量党建引领治理现代化，推动公司可持续发展和长期价值创造。

完善治理架构

公司坚持“两个一以贯之”，将党的领导融入公司治理各环节，构建党委主体责任、书记第一责任、班子成员“一岗双责”的工作格局。2025 年以深入贯彻中央八项规定精神学习教育为主线，成立工作专班，领导班子查摆问题并制定整改台账，总部干部提交个人问题清单，从管理机制、成本管控、监督体系等维度制定集中整改措施并按期销号；召开领导班子民主生活会，征集基层意见并梳理问题清单，统筹协调认领整改，完善党委发文流程和会议纪要记录规范。创建基层员工 OA 建言“直通道”，公开班子问题清单及整改进展，推动开门教育常态化，及时回应基层诉求。

深化思想建设

公司建立党委理论学习中心组系统性学习机制，全年组织多轮集中学习及心得交流，开展“第一议题”学习及专题研讨，班子成员完成多篇调研报告；通过集体学习、现场研学、读书班等形式，党委书记带头讲授作风建设专题党课，班子成员跟进讲党课，推动理论学习成果转化为治理效能。严格落实意识形态工作责任制，制定责任清单，组织专题学习及党委会研判，联合总部多部门按月排查潜在风险点，层层签订责任书，开展专项自查督查，平稳处置多起舆情。强化出版导向管理，参与图书质量评审研讨，见证签订承诺书，确保内容生产符合社会主义核心价值观。

案例 凤凰传媒党委启动中央八项规定精神学习教育

2025 年 3 月，凤凰传媒党委召开扩大会，深入学习贯彻习近平总书记关于作风建设的重要论述，传达中央及省委党的建设工作领导小组会议精神，审议通过《关于在党员、干部中开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育的工作方案》，成立学习教育工作专班。会议

要求将“学、查、改”贯穿全过程，突出学深悟透、问题导向与真改实改，推动学习教育走深走实，力戒形式主义，以严实作风为公司“十四五”顺利收官、“十五五”开局起步提供坚强保障。

夯实组织基础

公司以党建引领业务高质量发展。2025 年，公司积极召开党建工作交流会，组织所属党组织书记现场述职，审批多家党组织及基层党支部换届，新增党建工作 OA 模块，规范审批多批次党性教育活动；推进党支部标准化建设，获评五星及四星党支部若干；规范党员发展全流程，发展预备党员及转正党员多名，新增入党积极分子及发展对象，审批多批次组织关系转接；开展“三办”培训、党务干部专题学习及主题党日活动，宣传年度先进典型，丰富企业文化内涵。

截至 2025 年末

2,648 人
党员人数

41.96%
党员占比

2025 年

20 人
发展新党员

22 次
召开党委会

46 个
研讨专题

20 场
组织“第一议题”专题学习

公司治理

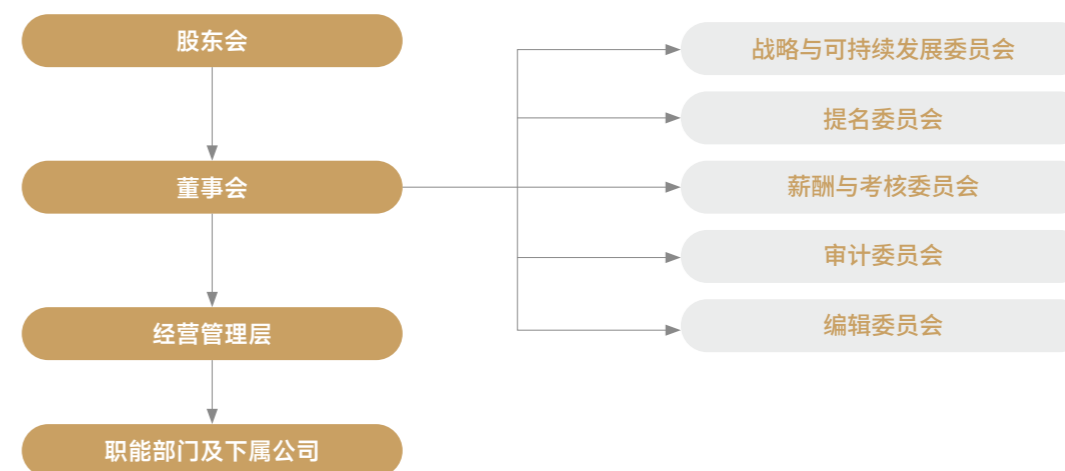
公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及上市公司治理准则等监管要求，持续完善权责明确、流程规范的法人治理结构，着力提升董事会科学决策水平，完善投资者关系管理与股东回报机制，推动治理效能与价值创造能力同步提升。

董事会多元与独立

公司坚持董事会多元化原则，在提名董事成员时综合考虑性别、年龄、教育背景、专业经验、技能与行业背景等因素，杜绝任何形式的歧视行为。截至 2025 年末，董事会共有 11 名成员，其中独立董事 4 名，占比超过 30%，包含 1 名女性董事。董事会成员具有丰富的出版与发行、风险管理、财务管理及人工智能等行业经验，确保为董事会科学决策提供专业意见。

我们严格按照中国证监会发布的《上市公司独立董事管理办法》规定的选举程序和任职条件选聘独立董事。独立董事对各类可能影响中小股东权益的事项发表独立意见。2025 年 12 月，公司组织独立董事对学科网进行了实地调研，加深独立董事对公司业务的了解，并获得独立董事就公司治理、产业发展等方面提出的建议。

凤凰传媒公司治理架构



2025 年

6 次
召开董事会

39 项
审议议案

1 次
召开独立董事
专门会议

9 次
召开专业委员会
会议

100%
出席率

2 项
审议议案

14 项
审议议案

董事会有效性

董事会严格遵循中国证监会监管规则，持续完善以法人治理结构为核心的现代企业制度。公司实行总经理与董事长分设，以促进权责分离与有效制衡，提升决策科学性，强化内部监督。

2025 年，董事会根据《凤凰传媒董事会议事规则》组织召开会议，董事出席率达 100%，审议批准公司重大经营决策、关联交易、资金存放与风险管理等事项，严格执行股东会决议并向股东会提交年度工作报告，确保治理透明与执行有效。公司董事及高管定期向董事会汇报经营管理情况，保障信息传递及时准确，支撑科学决策。

董事会持续深化专业委员会运作机制，全年组织召开专委会会议及独立董事专门会议，就财务风险防控、高管选聘及考核机制等关键事项深入研究、提供专业意见。独立董事独立客观参与决策，有效发挥监督制衡与专业咨询作用。截至 2025 年末，公司所有独立董事在上市公司中的兼任数量均未超过 3 家。

投资者关系管理

公司始终秉持“以投资者为本”的理念，严格遵循《上市公司信息披露管理办法》等监管要求，制定《凤凰传媒投资者关系管理制度》《凤凰传媒信息披露管理制度》，确保信息披露及时准确、真实透明，完善资本市场信息反馈传导机制，主动加强与股东及潜在投资者的沟通交流，充分保障中小股东知情权与参与权。

公司建立每三年滚动编制股东回报规划的长效机制，制定《未来三年（2024 年—2026 年）股东回报规划》。2025 年 4 月，公司召开第五届董事会第二十二次会议，审议通过《关于 2025 年度“提质增效重回报”行动方案的议案》，系统部署提升发展质量与投资价值的举措，致力于将企业发展成果切实转化为投资者的实际回报。公司于 2025 年 10 月首次实施中期分红，通过提高分红频次切实增强投资者获得感。

2025 年

562 人次
接待投资者

39 份
累计发布各类公告

案例 凤凰传媒举办“我是股东——走进沪市上市公司”活动

2025 年 9 月，凤凰传媒在上海证券交易所、中证中小投资者服务中心指导下举办“我是股东——走进沪市上市公司”活动。公司领导与投资者深入交流，介绍经营亮点与转型战略，带领参观书城及成果展厅，并坦诚回应市场关切。活动有效增进价值认同，荣获上交所“我是股东”纪念杯，充分展现公司在投资者关系管理与股东权益保护方面的积极实践。



凤凰传媒举办“我是股东——走进沪市上市公司”活动

风险管理与内部控制

公司恪守合规经营底线，将风险防控与内部控制作为保障高质量发展的核心机制。面对复杂经营环境与监管要求，公司将风险管理深度融入 ESG 治理架构，持续完善风险治理架构与内部监督体系，构建覆盖风险识别、评估、应对及内控评价、审计监督、整改闭环的全周期管理链条，确保各类风险可防可控，运营效率持续提升。

治理层
全力主导

董事会作为风险管理与内部控制的最高决策与监督机构，确保风险管理与公司战略、ESG 目标协同推进。

管理层
强化监督

审计委员会聚焦 ESG 领域潜在风险，系统评估其对运营、财务及可持续发展目标的影响，定期监督风险管理与内部控制体系的有效性。

执行层
严格执行

通过“各业务部门及下属公司自查、风险管理部门统筹、内部审计独立监督”的机制，形成覆盖全业务、全流程的风险管理网络，重点防范环境合规、社会责任履行、治理透明度等 ESG 相关风险，为公司可持续发展筑牢屏障。

风险管理

2025 年

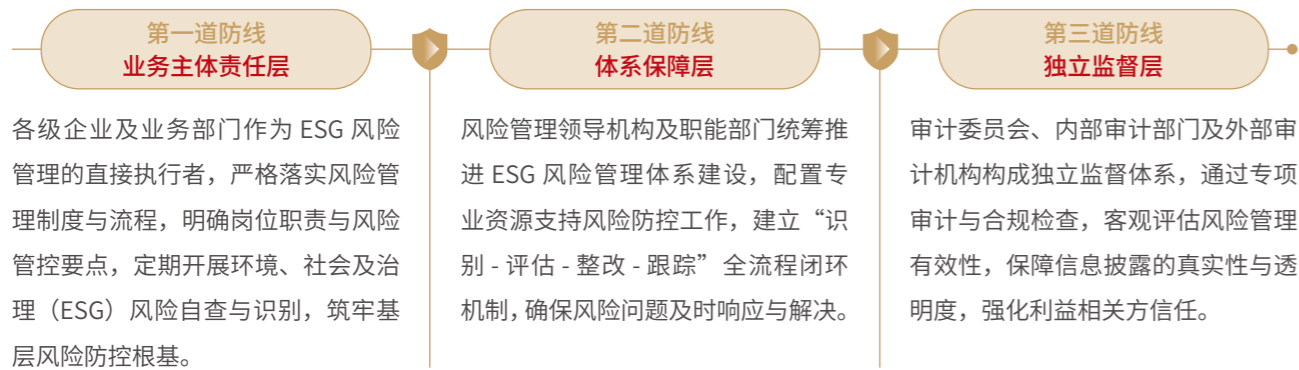
344 场
开展风险相关培训

7,236 人次
风险相关培训累计参与

公司从主动把握机会与防控风险双重维度，持续优化风控体系。2025 年，我们立足出版与发行行业特性及 ESG 发展要求，重点识别公司治理结构完善度风险、战略目标与 ESG 理念融合不足风险、财务稳健性及内控管理风险、上游印刷供应商绿色技术应用滞后风险、纸张等原材料可持续采购风险、内容合规与文化导向风险、员工权益保障及人才流失风险、出版物市场推广中的社会责任风险、数字出版技术迭代滞后风险、传统发行渠道转型风险等重点风险，并实施动态监控。

公司搭建风险管理三道防线，形成覆盖全业务的风险管理组织网络。审计法务部强化重大经营决策法律支持，对所属企业开展法治建设专项检查评估，全程跟进重点项目法律审核与风险把控；依托诉讼案件管理系统实施动态监控，审慎处理各类争议纠纷，确保法律风险及时化解。

凤凰传媒风险管理三道防线



内部控制

2025 年
37 项
开展审计项目

公司始终将合规治理作为 ESG 体系建设的核心环节，每年依据《企业内部控制基本规范》及其配套指引、上市公司监管要求，聘请专家团队，结合经营管理制度系统性开展内部控制自我评价。公司通过定期更新内部控制手册，动态优化风险管控机制，确保全流程风险可控，并发布《内部控制评价报告》，以透明化治理实践保障利益相关方权益。

审计法务部作为独立监督部门，通过经济责任审计、专项审计、工程审计实现监督全覆盖，聚焦经济效益真实性与内控有效性，严把审计质量关，在基建项目中有效堵塞管理漏洞、实现建设资金节约。2025 年，公司做实审计整改“后半篇文章”，建立整改闭环管理机制，实施分类管理与动态管控，联合纪检部门开展专项督查，确保整改措施落实到位。同时持续完善审计制度体系，修订审计整改及基建项目审计实施办法；探索大数据审计技术应用，提升信息化核查与研判能力；通过内刊编印与常态学习机制，系统性提升内控执行刚性与审计人员专业能力。

案例 凤凰传媒法治体检与审计监督筑牢风险防线

2025 年，凤凰传媒完成“十四五”法治建设专项检查，对 14 家重要子企业开展合规体检，推动问题即查即改，并形成评估报告。内审部门修订相关制度，构建工程全周期审计流程，全年核减金额 2,418 万元。公司通过穿透式调查形成风险内控闭环，覆盖 13 个业务循环，推动管理提升 92 项，为合规运营筑牢风险防线。

反商业贿赂及反贪污

公司坚持诚信经营，恪守商业道德，对任何形式的商业贿赂与贪污行为采取“零容忍”态度，并建立完善的预防、监督与惩处机制，并将这一原则贯穿于经营管理的各个环节。

治理

公司党委作为领导核心，对商业道德与反贪污事宜承担最高管理责任，履行全面监管与最终决策职责。公司纪委及各所属公司纪检机构作为专责监督机构，具体履行监督、执纪、问责职能。其下设的纪委办公室，则负责处理纪委的日常运转与事务性工作。我们严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，制定适用于公司及所属各级企业的《江苏凤凰出版传媒股份有限公司合规管理暂行办法》《江苏凤凰出版传媒股份有限公司党委全面从严治约谈制度（试行）》等内部制度，由此构建了内外结合、预防与惩治并重的廉洁治理体系框架。

公司建立工作例会制度，定期召开会议听取反商业贿赂与反贪污工作情况汇报并部署工作。所属公司纪检机构定期书面报告工作，主要负责人年底提交述职述廉报告，对企

业资金、人员重大异常状况、重大突发事件等重大异常情况建立重大事项报告制度，并推动党委每半年专题研究一次党风廉政建设。

为强化对公司及所属单位纪委书记、纪检委员的提名考察，上级纪委定期开展业务检查与指导；纪检机构负责人需参加定期培训，严格落实“三转”要求，确保各级纪委书记专职专责，不兼任或分管纪检以外的其他工作。

公司每年年初召开全面从严治党暨年度工作会议，明确各负责人落实全面从严治党主体责任，并接受上级企业的党的建设、高质量发展绩效评价中的社会效益及纪检工作等考核，结果与相关负责人的任免、薪酬及奖惩挂钩。

战略

公司坚持“堵漏洞、建制度、抓执行、强监督”原则，围绕全面从严治党总要求与建设“廉洁凤凰”目标，制定针对性防控措施并明确整改责任。公司以落实监督责任为重点，以巡视整改为契机，加强纪检队伍建设，强化廉洁风险防控，严格监督执纪问责，持续正风反腐，以忠诚干净担当的纪检队伍保障公司党风廉政建设和反腐败工作深入推进，为高质量发展提供坚强保障。

公司以年度廉洁风险排查为抓手，筑牢日常监督的基础。排查工作聚焦于教育、制度、监督及个人廉洁自律等方面存在的缺失与漏洞，识别潜在风险。在此基础上，围绕权力运行、制度设计、思想道德等核心领域，系统性构建了目标明确、可执行性强的风险防控闭环。2025 年，公司从

权力运行、制度机制、思想意识等方面进行排查，共发现 8 类 24 处重点风险点，并逐一梳理形成风险清单，明确风险等级、责任主体和整改时限，靶向制定防控措施，切实把风险点转化为安全点，为公司高质量发展提供坚强纪律保障。

公司针对识别的风险多措并举落实反商业贿赂及反贪污举措，围绕经营关键环节细化审批流程，依托 OA 系统加强审核与合同规范化管理；在财经领域开展专项监督，实现资金全流程监控并建立异常预警机制；同时加强作风建设，将违规吃喝整治纳入日常监督，规范商务接待，以此系统化推进反贪腐工作，提升廉政建设成效。

凤凰传媒重点领域和关键环节廉洁风险排查及防控措施（部分）			
重点领域	重点环节	廉洁风险点	防控措施
经营业务风险	担保业务	<ul style="list-style-type: none"> 为谋取个人利益以各种形式违规为其他合资合作方提供赊销信用、资质、担保（含抵押、质押等）或垫资的情形 	<ul style="list-style-type: none"> 严格执行担保相关制度 由业务部门或单位提交书面请示，财务部按相关流程办理批准程序 业务部门或单位根据会议决议，在合同管理系统中发起担保合同签署流程，经审批后用印并签署合同
	物资采购及外发业务	<ul style="list-style-type: none"> 未按公司既定流程要求进行纸张采购 	<ul style="list-style-type: none"> 严格执行相关制度 招标资料完整保存 招标事前、事中、事后的材料及及时向传媒纪检报备
招投标风险	依法公开招投标	<ul style="list-style-type: none"> 泄露招标过程中涉及的评标委员会成员名单、参加投标人名单等关键信息 干预评标过程，明确授意评标委员会成员倾向性意见，导致评标结果失去公正性 不按评审结果确定中标人或中标金额 	<ul style="list-style-type: none"> 由招标代理机构全程负责招投标工作，确保所有流程可追溯、可查询 加强内部监督，邀请公司监督部门派员全程参与 严格按评审结果确定中标人或中标金额
违反中央八项规定精神风险	违规商务接待	<ul style="list-style-type: none"> 违规公款吃喝，提供或接受超标准超范围接待，违规接受管理和服务对象宴请，违规组织或参加用公款支付的高消费娱乐、健身等活动的情形 	<ul style="list-style-type: none"> 抓实商务接待工作规范化建设，确保接待活动严格遵循公司政策与财务规定，强化接待全流程的监督管理，既有效提升企业形象、严控非必要开支，也为公司商务洽谈及合作伙伴关系维护提供专业有序的支撑 严格按照《集团商务招待管理规定》（苏凤版【2023】79号）规定执行 严格执行报销流程，事前提交接待申请、相关票据严格把关 坚决杜绝用公款支付的高消费娱乐、健身等活动
其他风险	上市公司信息披露	<ul style="list-style-type: none"> 利用内幕信息谋取或帮助他人谋取私利 	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守监管部门关于内幕交易的有关规定和《江苏凤凰出版传媒股份有限公司内幕信息知情人登记管理制度》等公司制度

凤凰传媒 2025 年反商业贿赂及反贪污重要举措

开展廉洁风险排查防控，动态维护廉政档案

组织开展风险排查工作，共排查出 8 个方面 24 条廉洁风险点，制定防控措施，明确整改责任到人。动态管理公司总部主管以上人员廉政档案，新建档案 6 份，更新 49 份。

综合运用“四种形态”，一体推进“三不腐”

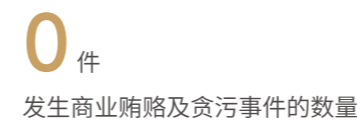
公司扎实推进制度建设，动态更新制度体系（新增 17 项、修订 5 项、废止 10 项）并推动修订 2024 年度汇编；同步强化重要节点管控，在春节、清明、五一、端午等节假日前夕，集中开展作风建设与安全生产专项监督。

高标准严要求强化队伍建设

按照“三转”要求，完成公司 3 名纪委委员届中增补工作。全年所属各单位共调整兼职纪检委员 3 人、专兼职纪检干事 5 人。加强理论武装和实践锻炼，不断提升纪检干部综合素质和业务水平。

公司公开信访举报渠道，其中问题线索来源包括上级纪委转办、本级纪委接收、巡视巡察反馈、审计移交和群众反映等多种渠道，并遵守《举报人保护制度》，对举报人信息严格保密，对打击报复行为“零容忍”。

公司秉承“加强源头预防，促使关口前移”的理念，坚持常态化、长效化开展纪律教育，并立足文化国企的定位，在公司内网专门开辟并持续维护“廉洁文化园地”板块。同时，我们通过常态化组织内部培训、深入开展警示教育，系统营造风清气正的企业廉洁生态。2025 年，公司深耕反商业贿赂、反贪污合规建设，深入开展中央八项规定精神学习。总部及下属公司全年组织分层分类警示教育 62 场，覆盖 2,667 人次，并于 4 月组织总部 30 余名党员干部赴江苏省党风



纪检举报渠道

举报电话：025-83672886（录音电话）
 举报邮箱：jjjian@ppm.cn
 通讯地址：南京市湖南路 1 号 B 座 28 楼（凤凰传媒纪委）

廉政警示教育基地开展现场教育。同时，公司通过在内网开辟“廉洁文化园地”等常态化教育，筑牢全员合规防线，持续提升廉洁治理效能。

公司将反商业贿赂与反贪污要求贯穿于商业伙伴合作全流程，逐步完善外部廉洁风险防控机制。在招标与采购等关键业务环节，公司严格执行双向监督：一方面，所有采购活动均须接受同级及上级纪检监察部门的全过程监督，确保程序合规、操作透明，各类招标项目中标公司签订正式合同时，须同时签订合作伙伴廉洁协议，对双方公平诚信招标及廉洁从业作出承诺；另一方面，纪检监察部门专门负责受理涉及商业伙伴的违纪违规问题投诉与举报，依据公司及上级监管规定及时核查处理；建立风险客户预警机制，将涉及招投标违规、合同违约、重大事故以及行贿受贿、输送不当利益等违纪违法风险客户纳入“黄名单”“黑名单”，并禁止所属企业与风险客户开展合作。

影响、风险与机遇管理

公司将反商业贿赂及反贪污问题全面纳入风险管理体系。公司通过建立健全巡视巡察整改联动机制，将上级巡视及各类检查反馈的问题纳入党委与纪委的定期约谈与谈心谈话，以此推动整改落实。同时，依托纪检部门与相关职能部门的常态化联合监督，每半年开展专项检查，并对选人用人、招标投标等重点领域实施“嵌入式”监督。此外，公司通过定期开展廉洁风险排查、动态维护重点岗位廉政档案等措施，持续完善廉洁风险动态防控体系，从而将反商业贿赂及反贪污问题全面纳入公司风险管理。

指标与目标

公司以建设“廉洁凤凰”为总目标，持续通过突出政治监督、强化作风建设、深化贯通协同、加强廉洁文化建设、锻造过硬纪检队伍，系统构筑“不敢腐、不能腐、不想腐”的长效机制，坚定不移地将反商业贿赂与反贪污斗争推向纵深。

2025 年，公司未发生因商业贿赂或贪污、利益冲突、洗钱或内幕交易行为导致的诉讼或重大行政处罚事件。

反不正当竞争

随着数字化转型的深入，市场竞争形态日趋多元化，对企业的商业道德与合规经营提出了更高要求。公司始终秉持诚信经营理念，将合规要求系统性融入日常业务活动，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，在图书发行、广告经营、数据使用、营销促销等业务场景中，坚决禁止商业贿赂、虚假宣传、侵犯商业秘密、不当价格行为等不正当竞争行为。2025 年，公司未发生因不正当竞争导致的重大行政处罚或诉讼事项。

针对采购等关键环节，我们持续面向相关员工开展公平竞争培训。我们将密切跟踪法规政策与监管要求，定期开展公平竞争合规评估，强化全员合规意识与道德文化建设，筑牢公平竞争的治理基础。

2025 年
102 场
开展公平竞争培训

知识产权管理

立足出版与发行业，公司始终将知识产权保护体系视为发展的战略基石，严格遵守《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》等法律法规，建立并完善内部版权管理制度，确保出版及发行的内容合法合规、积极向上，并充分尊重他人知识产权；更将自有版权作为核心无形资产，通过规范使用、有效运营与系统保护，持续夯实主业竞争力，引领行业健康发展。

在保护自身版权不受侵犯的同时，我们也严格保护创作者和第三方的著作权。公司尽最大能力确保著作在编辑、出版的过程中避免使用会造成侵权的图片和封面设计，并购买大量字体、图片版权等，用于出版和发行业务。公司与作者提前约定避免出现抄袭、剽窃他人著作权的行为，并在出版与发行环节进行查重。

截至 2025 年末
18 个
有效专利数量
145 个
软件著作权数量
38,112 个
版权数量

我们会在日常运营管理中识别相关风险，如版权临期或到期后，相关著作权还存有大量库存，则通过积极与著作权所有方沟通，进行版权续约或争取得到售卖库存许可，以此来应对相关风险。同时，对于盗版著作的行为，公司积极配合政府部门和执法队进行追责，对盗版盗印行为保持“零容忍”态度。

案例 江苏省版权局专题调研凤凰传媒知识产权保护工作

2025 年 2 月江苏省版权局调研组赴凤凰传媒专题调研图书盗版情况。针对各出版社反映的知识产权维权“成本高、收益低、难度大”等现实情况，调研组建议利用“通知-删除”规则构建网络反盗版新机制，以提升维权效率；同时推动省版权协会与凤凰传媒等重点企业共同组建决策机构，联合打击线上盗版行为，以期缩短维权周期、创新治理模式。



江苏省版权局专题调研凤凰传媒知识产权保护工作

出版伦理

公司深刻认识到生成式人工智能（AIGC）正在重塑出版行业。通过智能生成与多模态输出，在提升生产运营效率的同时，也催生了“伴学、伴读、伴写”等新场景，推动行业向数智化、个性化转型。与此同时，公司也清醒意识到，这场技术变革伴随着内容真实性、版权归属与学术诚信等方面的伦理挑战。

提升选题深度与引领性；后者系统开展质量研究提升工作，在选题立项时也会充分考虑出版伦理相关领域，根据国家新闻出版管理部门年度质量管理专项工作的要求，对出版物质量检查结果和出版单位制度执行情况检查结果进行分析、研判和评估。

在此背景下，公司以“守正创新”为根本遵循，在积极拥抱 AIGC 技术的同时，将出版伦理与内容安全置于首位。公司设立了编委会，全面负责内容生产管理，其下分设选题策划论证审读专家小组与出版物质量专家小组：前者围绕公司战略与专业定位策划重大选题，坚持“少而精”，

同时，公司推动 AI 技术在流程优化与产品开发中的合规应用，坚持安全可控、审慎推进的原则，目前主要通过培训宣导、合规强调等方式，强化全员合规意识与风险防控要求。后续将持续完善从数据治理到成果审核的全流程管理，逐步构建规范、闭环的责任体系，确保新技术应用安全、有序、可控，以科技向善支撑文化传承与创新使命。

平等对待中小企业

公司的稳健运营，离不开中小企业在原材料供应、上游产品采购及服务管理、印刷服务、渠道分销等环节的关键支撑。鉴于产业链地位差异可能引发付款延期、准入壁垒等风险，进而影响合作稳定与整体创新活力，公司高度重视与中小企业的协同关系，严格遵守《保障中小企业款项支付条例》，在采购活动中杜绝设置不合理的准入门槛或歧视性条款，并严格按照合同约定履行付款义务。2025 年，公司未发生因拖欠中小企业供应商款项导致的重大纠纷。

截至 2025 年末，公司应付账款（含应付票据）余额均来源于日常经营中真实、合规的采购商品、接受劳务等业务往来。我们持续畅通供应商沟通渠道，及时响应合理诉求，在招标中通过合理划分标段，确保专业化中小企业获得平等参与空间。



环境优先为准则 循环共生促共赢

凤凰传媒全面践行绿色发展战略，将环境合规贯穿运营始终，通过高效能源利用与精细水资源管理，推动生产方式向低碳化转型。我们严格管控污染物排放，持续推进废弃物资源化利用与循环经济实践，积极应对气候变化，强化温室气体排放强度管控。同时，我们重视生态系统与生物多样性保护，以实际行动守护自然生态平衡，为推动绿色低碳发展贡献力量。

回应实质性议题

回应8个议题：应对气候变化、环境合规管理、能源利用、水资源利用、污染物排放、废弃物处理、循环经济、生态系统和生物多样性保护

联合国可持续发展目标（SDGs）响应



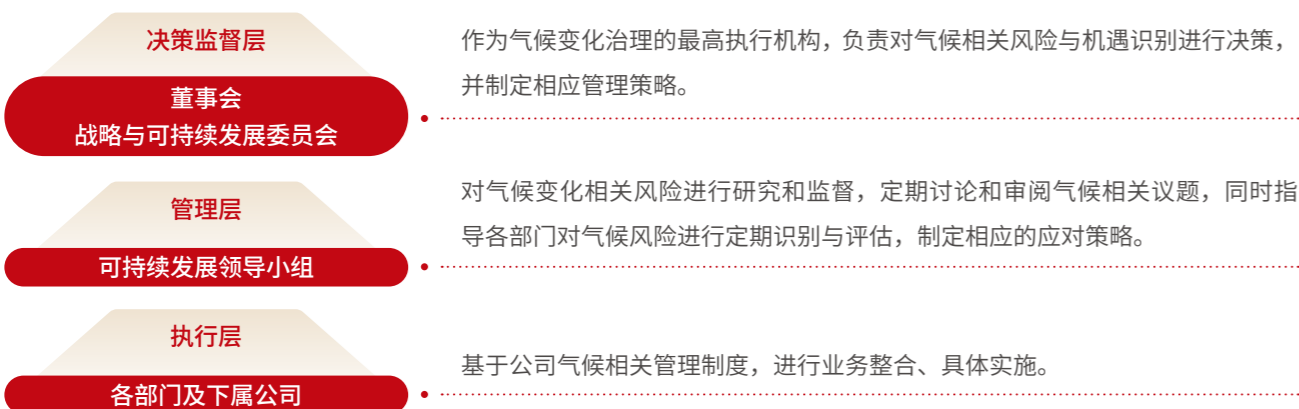
应对气候变化

公司通过主动识别气候变化带来的风险与机遇，将气候韧性建设融入运营实践，逐步完善气候风险管理、深化绿色低碳转型、强化气候适应能力，系统性提升公司应对气候变化的长期韧性，助力可持续高质量发展。

治理

公司持续完善应对气候治理体系，通过识别、评估、监督应对气候相关的风险和机遇，妥善处理运营发展与绿色低碳转型、短期目标与长期规划之间的关系。

凤凰传媒应对气候变化治理架构



战略

公司深入分析气候相关的风险和机遇，结合各业务板块特点，推进差异化应对措施。公司在出版与发行环节坚持使用环保纸张并推动供应商改进印刷工艺；在运营及物流环节持续提升运营能效，发展物流循环经济，有效降低自身运营及物流运输的碳排放。同时，公司通过开展光伏项目建设及全面温室气体盘查管理，深入践行低碳发展。

凤凰传媒气候相关风险与机遇及应对措施				
风险类别	风险名称	对业务影响描述	当期和预期财务影响评估	应对措施
物理风险	短期风险 极端天气事件	<ul style="list-style-type: none"> 暴雨、洪水导致纸张供应链中断，影响纸质出版物生产 极端天气引发物流成本上升，教材及报刊发行时效性受损 洪水泥浆淹没上游印刷厂及仓库，造成成品及存货严重损毁 高温、雷击影响上游印刷设备和信息系统稳定性，造成故障 极端天气导致门店及商业中心运营中断 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：物流成本显著上升挤压利润空间，供应链中断致阶段性生产停滞，门店及商业中心运营中断，直接造成收益损失 预期：极端天气频发将累积推高运营成本，发行时效受损导致潜在客户流失与收入下滑风险逐步显现 	<ul style="list-style-type: none"> 完善纸张库存管理策略，建立安全库存体系，并构建灵活的物流网络 适度扩大印刷供应商数量，增强供应韧性 加强仓库的防水、排水设施建设，在关键区域安装火灾探测和灭火系统 建立设备实时监控系統，及时发现和处理异常情况

风险类别	风险名称	对业务影响描述	当期和预期财务影响评估	应对措施
物理风险	长期风险 平均气温上升	<ul style="list-style-type: none"> 加速纸张老化、变质，降低储存寿命和影响上游印刷服务的效果 高温天气增加火灾发生频率，带来安全隐患 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：设备维修与库存损毁产生额外支出，直接冲击当期利润 预期：长期高温环境将推高设备维护频率与成本，潜在资产减值风险随气候恶化逐步累积 	<ul style="list-style-type: none"> 优化纸张储存环境，严格控制温度、湿度 推行先进先出库存管理
转型风险	政策和法律风险 碳排放政策收紧	<ul style="list-style-type: none"> 上游高耗能印刷厂需进行节能改造，导致印刷采购成本上升 数据中心等数字化基础设施面临碳排放限制 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：节能改造直接增加合规成本，短期利润承压 预期：未来政策趋严将推动合规成本持续上升（含潜在碳税影响），长期财务负担加重 	<ul style="list-style-type: none"> 提前规划节能改造项目，采用节能设备和技术 合理规划运输路线，减少运输次数以降低碳排放 与纸张生产企业建立长期合作关系，共同应对成本压力
	技术风险 技术转型失败	<ul style="list-style-type: none"> 向数字化、低碳技术转型过程中，面临技术研发失败、转型成本过高的问题 新系统与现有业务流程兼容性差，影响运营效率 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：研发投入与系统改造试错产生额外支出，短期现金流压力增大 预期：若转型失败将导致市场份额萎缩，营收规模与盈利能力同步下降 	<ul style="list-style-type: none"> 制定科学的技术转型规划，分阶段推进；加强与科研机构、高校合作 在引入新技术前进行充分的兼容性测试
	市场风险 绿色产品接受度低	<ul style="list-style-type: none"> 读者对绿色出版产品的认知度和接受度不高，影响绿色产品的市场推广 供应商在绿色原材料供应方面不稳定，影响生产 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：绿色产品推广费用增加，供应不稳定导致生产延误产生收益损失 预期：市场培育不足将制约绿色产品营收占比提升，难以实现预期收益目标 	<ul style="list-style-type: none"> 加强市场宣传和教肓，提高读者环保意识 与供应商签订绿色采购协议，要求提供环保认证和可持续发展报告
	声誉风险 环保责任履行不足	<ul style="list-style-type: none"> 若未能有效应对气候风险，可能被质疑环保责任履行不到位，影响品牌形象及合作伙伴信任 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：品牌修复与舆情应对产生额外成本，潜在合作方流失导致业务机会减少 预期：长期声誉受损将推高客户流失率，融资成本因信用评级下调而上升 	<ul style="list-style-type: none"> 定期发布《气候行动报告》（公开减排进展） 参与行业环保倡议（如“零碳出版联盟”） 建立利益相关方沟通机制（季度座谈会回应关切）
转型机遇	声誉机遇 绿色内容服务	<ul style="list-style-type: none"> 消费者环保意识提高，对绿色知识、环保主题内容需求增长 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：开发环保主题内容产生少量创作投入，但因溢价意愿强，相关产品收入小幅增长 预期：品牌形象强化后，绿色内容营收占比逐步提升，长期利润因差异化优势扩大而改善 	<ul style="list-style-type: none"> 开发环保主题出版物、纪录片、专题栏目 加强品牌建设，树立绿色环保的企业形象
	市场机遇 数字出版与低碳阅读	<ul style="list-style-type: none"> 政府对绿色信息产业的支持政策，数字化阅读减少纸张消耗，符合碳中和趋势 	<ul style="list-style-type: none"> 当期：数字产品初期推广需少量技术投入，但因税收减免及纸张/物流成本减少，运营成本逐步降低 预期：用户规模扩大（第三方平台分销）后，营收多元化，长期利润因轻资产结构优化而显著提升 	<ul style="list-style-type: none"> 加大数字内容平台、智能化阅读服务、AI生成内容（AIGC）及沉浸式交互产品等低碳研发投入，加强市场推广，提升消费者认知
			<ul style="list-style-type: none"> 当期：可能增加数字平台研发与推广成本 预期：将优化收入结构，提升高数字业务收入占比，增强长期盈利能力 	<ul style="list-style-type: none"> 持续投入“人工智能+教育”及数字出版体系建设，深化与科技企业合作，提升数字产品竞争力与用户覆盖率

影响、风险和机遇管理

公司结合自身业务特点、内外部发展环境以及专家意见，逐步完善气候变化相关影响、风险和机遇的管理流程，包含识别、分析、影响与评估、监测和应对与管理五个关键环节。

凤凰传媒气候相关风险与机遇管理流程

步骤 1
识别



- 收集及分析现存及新兴法规要求（例：国家、地方等对气候相关的法规及法令）；
- 调研市场变化的信息（例：消费者的环保意识对传媒行业的影响）；
- 分析气候变化对行业趋势的影响及同业企业的应对措施；
- 对标市场领先者的气候变化的披露及实施；
- 收集 ESG 评级机构、投资者、非政府组织等利益相关方对气候变化的意见及信息。

步骤 2
分析



- 收集内外部资料、开展内部访谈，了解资产、业务及运营现状；
- 定期开展量化的气候风险和机遇重要性分析；
- 每个报告周期，汇报气候相关的分析内容及进展。

步骤 3
影响评估



- 分析关键风险与机遇对业务的潜在影响，识别薄弱环节与优势，提升气候韧性，支持战略决策；
- 进行气候相关当期和预期的财务影响评估。

步骤 4
监测



逐步开展气候相关的风险、机遇管理与审查，将从以下几个方向进行气候风险与机遇的相关监测：

- 在执行中，针对识别出的一级优先级风险，配置专属风险应对预算；针对识别出的二级及以下风险，嵌入常规风险管理流程。
- 通过定期的内部风险管理会议动态校准优先级排序（如极端气候事件频发期提升供应链气候韧性风险权重），确保资源配置与风险特征动态匹配。

步骤 5
应对和管理



- 战略与可持续发展委员会协同可持续发展领导小组及各部门，考虑资源及复杂程度，建立“监测 - 评估 - 迭代”的管理机制。短期聚焦技术补强与应急能力，中期优化系统韧性，长期推动制度与文化转型。应对气候变化的管理举措由可持续发展领导小组分解任务，并与各部门沟通，形成应对方案和执行计划。

指标与目标

公司扎实推进应对气候变化工作，定期对气候相关指标进行统计、监测和披露，为减排管理提供量化管理工具和决策支持。

指标名称	单位	2024 年	2025 年
温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳当量	123,160.39	129,373.79
范围 1	吨二氧化碳当量	2,511.64	3,610.20
范围 2	吨二氧化碳当量	120,648.75	125,763.58
温室气体排放强度（范围 1+2）	吨二氧化碳当量 / 百万营收	9.05	10.48

环境合规管理

随着生态环境监管持续深化，《排污许可管理条例》执行趋严，公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律，完善“总部统筹、各部门及下属公司协同”的环境治理架构，指定专人监测环保法规更新，系统梳理环保资质有效性，核查印刷供应商排污许可证持有情况，逐步完善环境管理台账记录。针对商场运营、仓储物流等环节可能面临的突发环境风险，制定应急预案框架及响应流程。

2025 年，公司未发生重大环境事件，未因环境问题受到生态环境部门重大行政处罚或刑事责任追究。商管业务下属公司获得环境管理体系认证证书（ISO 14001）。同时，公司面向采购、运营等关键岗位员工开展环保法规专项培训，强化排污许可管理、危废处置等合规要求认知，持续提升全员环境合规意识。



江苏凤凰云翎服务有限责任公司获得环境管理体系认证



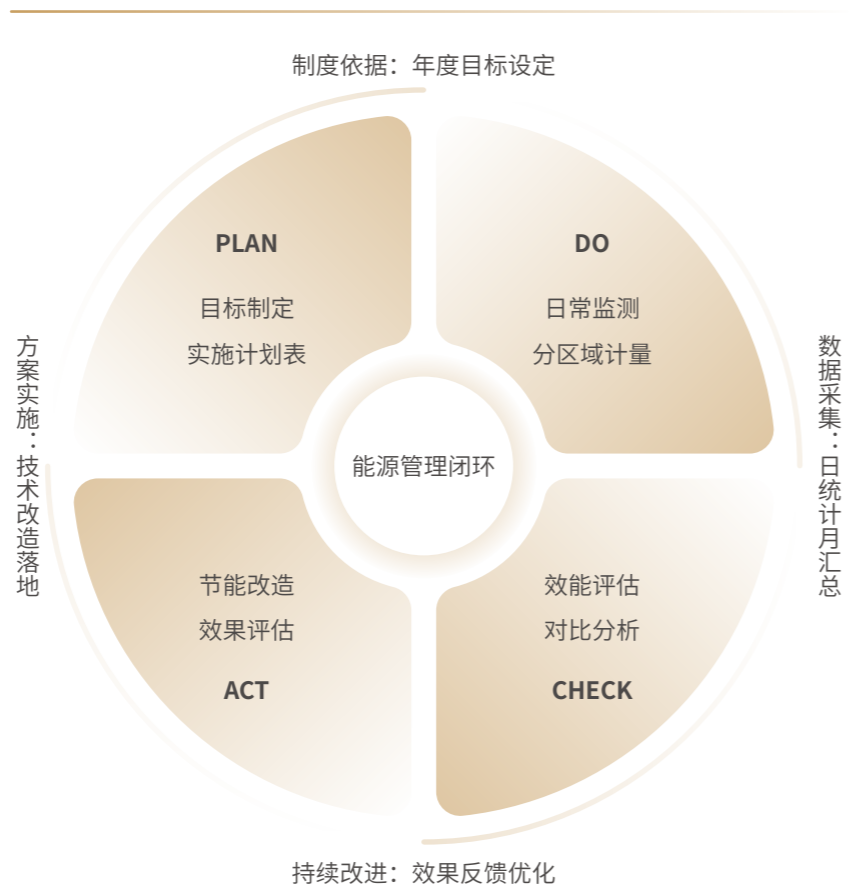
能源利用

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国能源法》等法律法规，逐步完善能源管理体系和能耗数据常态化监测机制，推进分区域、分业态的精细化能源管理。鉴于出版与发行业务与商管业务在公司能源消耗中占比显著，发行集团与商管公司的绿色实践成为公司能源转型的先行区。

优化能源管控

公司积极响应国家“双碳”战略，在大力推动分布式光伏发电等清洁能源项目建设的基础上，发行集团系统性推进绿色物流转型，逐步将传统燃油叉车及运输车辆替换为新能源车型，通过科学调度降低单位运输能耗，显著提升终端配送环节的清洁化水平；商管公司通过建立能耗数据常态化监测机制，通过开展能耗数据的定期汇总与分析，针对性地制定考核与激励机制，逐步实现对能源消耗的精细化管理。

商管公司能源管理流程图



2025 年
10,054.37 兆瓦时
清洁能源消耗量

22.05%
清洁能源使用量占比同比上升

20.69 兆瓦时 / 百万营收
能源总消耗量强度



新港物流园区分布式光伏

深化技术节能

公司持续跟踪节能减排技术革新，在中央空调系统、电梯等高能耗设备中推广变频控制技术，全面应用 LED 等新型高效光源；建立节能技术改造标准化流程，每年度组织实施技改方案征集与效果评估，确保技术投入转化为实际能效提升。

凤凰新港数据中心作为重点用能单元，2025 年全年通过精细化管理合计节约电量超过 150 万 kWh，平均 PUE 控制在 1.3809，通过多维度技术优化实现显著节能。

凤凰新港数据中心节能措施

- 冬季创新运用自然冷却技术累计运行 1,860.5 小时，节约电量约 103 万 kWh
- 结合 IT 负荷动态调整空调与冷却塔运行数量及频率，优化设备工况
- 通过机柜盲板管理及列间空调精细调节减少冷热空气混合
- 定期清洗冷凝器、滤网等设备维持高效运行
- 调整油机电加热启停温度节约电量约 24 万 kWh

资源利用

公司对水资源、森林资源等自然资源具有直接依赖性，商管业务及出版发行业务关联水资源与森林资源消耗，包装材料使用影响环境负荷，资源集约利用是行业可持续发展的核心议题。公司坚持节约优先、绿色采购、定期与供应商沟通等原则，针对水、森林及包装物料等资源实施差异化管控策略。

2025 年

45.45 吨 / 百万营收
总耗水量强度

注释：总耗水量 = 总用水量 - 总排水量

水资源管理

公司严格遵守《中华人民共和国水法》等相关法规，针对数据中心冷却、商业综合体运营等不同场景，建立分业态用水计量与单位面积水耗核算机制。数据中心创新采用间接蒸发冷却技术，配置循环水利用系统，显著提升水资源使用效率。

原材料与包装物料管理

公司积极采购环保纸张、绿色印刷服务，建立纸张采购绿色标准，优先选择再生纸或 FSC（森林管理委员会）、PEFC（森林认证体系认可计划）、CFCC（中国森林认证）等国际或国内绿色森林认证产品，在提升客户阅读体验的同时减少原生森林资源消耗。

针对商业运营及物流配送环节，公司建立包装材料“源头减量 + 材料替代”双控机制，推广可循环包装及环保材料应用，将绿色理念延伸至上下游合作伙伴，推动出版发行业务的资源节约与可持续运营。2025 年，我们研究优化包装材料气泡袋的设计，在保障防护性能前提下，将克重从 130g/m² 降至 120g/m²，实现减耗降本与环保效益双提升。

污染物排放

公司主营业务涵盖图书出版发行、商业管理等，自身运营主要产生生活污水及无害废弃物，基本不涉及废气与国际公约受控物质排放。公司不属于重污染企业，现阶段暂未识别出污染物排放对员工及当地社区居民的重大负面影响。

截至 2025 年末，公司未收到员工或周边社区居民关于环境污染的投诉，亦未发生因污染排放问题引发的周边环境事件。公司将保持对周边社区环境反馈渠道的关注，积极回应并处理相关诉求，维护良好社区关系。

针对供应商环节可能存在的环境影响，公司已将环境表现纳入供应商准入标准，优先选择具备环保资质、通过绿色印刷认证的合作伙伴，推动其使用低挥发性原辅材料；针对委托加工、仓储物流等环节，公司持续通过合同约定与供应商沟通机制进行前瞻性关注，防范潜在环境风险。

废弃物处理

公司密切关注 2025 年 12 月国务院发布的《固体废物综合治理行动计划》，对标多类固体废物的全链条治理目标，推动公司废弃物管理体系升级。

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》，针对不同业务板块建立差异化的废弃物处置管理机制，实施分类管理、完善处置台账，实现全过程管控。同时，我们定期组织运输人员开展废弃物分类、安全操作及应急处置培训，保障废弃物安全环保处理。此外，公司持续动态跟踪政策细则落地情况，同步评估内部管理制度与信息化追溯机制的适配度，确保废弃物处置合规要求全面融入日常运营。



新港物流基地

2025 年

5,510.85 吨
无害废弃物处置量

0.45 吨 / 百万营收
无害废弃物处置量强度

160.85 吨
有害废弃物处置量

0.01 吨 / 百万营收
有害废弃物处置量强度



制度建设与流程管理：由资产管理中心与物流配送中心协同负责，依据《总部采购管理制度》实施固废处理单位招标并签订《工业固废收集处理合同》

无害废弃物处置：新港物流园区设立专用废纸存储库房，由物流配送中心统一回收、定点存放，资产管理中心按流程交接至中标单位分拣处理

有害废弃物处置：硒鼓采用以旧换新方式交由供货单位进行无害化处置



制度建设与流程管理：制定《商场废弃物品处理制度》《厨余垃圾管理制度》等内部规范。将废弃物分为可回收物、有害垃圾和一般废弃物进行分类管理

无害废弃物处置：可回收物每周集中运输并配备分类容器；生活垃圾每日清运并防二次污染；建筑垃圾中可利用部分破碎回填或分类回收，不可利用部分委托有资质第三方处置

有害废弃物处置：有害废弃物每月向环保部门通报后由具备密封、防渗漏功能的专用车辆运输至专业机构处理，并持续跟踪最终处置情况

循环经济

公司逐步开展覆盖供应链全流程的循环物流管理，推动资源管理从末端治理向源头防控与过程管控延伸。在出版与发行环节，建立废纸及退役出版物回收再生网络，实现纸基资源“使用—回收—再生”的闭环流转；在物流环节，将循环理念延伸至载具管理，以标准化周转替代一次性包装，构建从内容载体到物流载具的全要素循环生态。通过出版发行与物流的双向协同，公司系统性降低原生资源依赖，推动公司向资源闭环再生的循环经济模式转型。

2025 年
359.22 吨
废弃物回收及综合利用量

案例 凤凰传媒周转箱三级循环管理

2025 年，凤凰传媒下属公司发行集团牵头建立“中心统管、分公司执行、承运商协同”的三级循环管理架构，制定《连锁配送周转箱管理规定》，统筹维保与收发运核心职能，联合各市、县分公司及承运商在全省 300 余个分销网点全面推行可折叠塑料周转箱循环共用系统。通过箱码绑定实现商品明细数字化管理，贯通在库加工至报废处置的全生命周期。该实践使供应链整体运营效率提升逾 30%，包装效率提高 2 倍，年度节约包装费用超 200 万元，报废箱体原料残值回收 30%，实现资源再生闭环。



生态系统和生物多样性保护

公司时刻关注自身运营对生态系统及生物多样性的影响，在生态保护红线范围内，严格遵循法规要求，确保无违规生产经营活动。经审慎评估，公司自身运营场所未处在重要生态功能或生态环境敏感脆弱区域。2025 年，公司未发生破坏生态系统及生物多样性的违法违规事件，生产经营活动未对周边生态环境造成重大不利影响。

我们深刻认识到生物多样性是人类文明存续的根基和出版内容创新的源泉，将自然资本保护理念深度融入选题策划、内容生产与知识服务全链条，通过学术出版保存生物基因密码，以科普教育唤醒公众生态意识，用科研合作支撑物种保护实践。

凤凰传媒生态系统和生物多样性保护举措

生物多样性保护

公司联合江苏省科普作家协会、南京市生态环境保护宣传教育中心等专业机构，发起“发现身边的自然”校园生物多样性保护计划，编制江苏省首部校园野生动物观察手册，系统收录南京地区 127 种脊椎动物及 77 种无脊椎动物生态数据，建立覆盖鱼类、两栖类、爬行类、鸟类及哺乳类的校园生物本底数据库。

关键栖息地保护与生态修复

公司深度参与盐城国家级珍禽自然保护区（世界自然遗产地）保护传播，联合江苏省外办、盐城市政府成立“丹顶鹤守护者联盟”，以网红丹顶鹤“加利福尼亚”为 IP 载体，推动中美民间生物多样性交流；同时支持紫金山城市森林生物多样性调查，开展夜间生态观察活动，记录麻皮蝽、鞭蝎、棕静螳、饰纹姬蛙等 20 余种城市野生动物生存状况。

濒危物种保育

公司推出“一种生命，一个地球”濒危物种科普系列，联合英国自然历史博物馆出版《八分之一的东北虎》，聚焦全球仅存约 800 只的野生东北虎种群保护；同步策划《万分之一的蓝鲸》《五万分之一的考拉》等物种保护绘本。此外，出版《澄江动物群：见证地球生命大爆发的化石自然遗产》科研巨著，系统收录 5.18 亿年前寒武纪生命大爆发时期的 271 属 327 种化石标本，支持中国首个化石类世界自然遗产地科学研究。

生物多样性教育与社区赋能

在第十五届江苏书展打造“书香蝶影：从小书本到大自然”科普展，基于《寻蝶笔记》开展蝴蝶生态科普；举办“夏日奇趣·植物王国探险家”科学营，依托南京中山植物园开展植物解剖、水生生态、昆虫观察等五大主题课程；开发“恐龙奇遇 VR 探秘”项目，联动自然博物馆实现古生物与地质矿产跨学科科普，单场活动覆盖超 40 组亲子家庭。

供应链与价值链生态风险管理

将生物多样性因素纳入供应商筛选与内容生产审核流程，优先选择采用环保纸张、植物基油墨的印刷合作伙伴。在图书选题策划阶段评估对濒危物种栖息地的影响，禁止出版可能引发生态破坏的非法野生动植物贸易相关内容。

责任担当为使命 优质服务促繁荣

凤凰传媒秉持“合作共赢”理念，以守护和传播优秀文化为使命，坚守内容质量生命线，推进科技赋能与人才发展，切实保障员工、消费者及供应链各方权益，积极参与乡村振兴与社会公益，通过优质文化服务助力全民阅读与文化惠民，切实履行国有文化企业责任担当。

回应实质性议题

回应11个议题：文化守护与传播、内容质量保障、科技创新、员工权益与福利、员工发展与培训、职业健康与安全、消费者权益、数据安全与客户隐私保护、供应链安全、乡村振兴、社会贡献

联合国可持续发展目标（SDGs）响应



凤凰科技

凤凰教育

凤凰少儿

凤凰美术

江苏凤凰

凤凰文艺

译林



凤凰优选



文化守护与传播

公司将文化使命融入发展血脉，以服务国家文化战略、建设文化强国为指引，深耕主题出版、大众精品与教育服务，拓展文旅融合与国际传播，构建起文化创造、知识服务、价值引领与文明互鉴的实践体系，努力为时代立心、为教育赋能、为社会增色。

唱响时代强音

我们将主题出版作为诠释时代精神、服务国家大局的首要任务，深入学习贯彻党的二十大及历次全会精神，深入学习习近平文化思想，及时跟进学习习近平总书记关于文化建设、教育强国、国企改革等方面的重要指示批示精神以及关于江苏工作的指示要求，推动各出版及发行单位围绕党的创新理论的科学体系、核心要义、实践要求，结合新征程上推进中国式现代化的生动实践等，策划出版了一批兼具思想深度与传播效能的精品力作。

2025 年，我们紧扣“两个结合”、中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年及中国式现代化江苏新实践等重大主题，精心策划推出一批高质量主题出版物。

2025 年凤凰传媒代表出版物

抗战历史	《光影山河：电影与抗战》 《无问西东：抗战时期的外国友人》	入选月度“中国好书”，深挖历史记忆，弘扬抗战精神
中国式现代化实践	《人文经济学的江南模样》 《科技创新支撑中国式现代化》	聚焦区域发展成就，引发广泛关注
科技创新与科学普及	《悟空传：中国暗物质空间探索 20 年》	获评 2025 年度江苏省优秀科普作品
年度重点出版物申报	《创造属于我们这个时代的新文化》 等共 54 种选题	全部申报中宣部年度重点出版物，践行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”使命
锻造大众精品	“小译林”“青鸟新知”等 8 个子品牌 “曹文轩儿童文学奖”“凤凰文学奖”	多种图书获“中国好书”年度榜单；获评 2025 “品牌引领机构·出版集团”“2025 中国—东盟图书影响力出版集团”“2024/2025 年度出版子品牌影响力集团”；子品牌上榜年度 TOP 100

厚植教育根基

我们将教材发行视为服务教育、守护文化遗产的重要使命，连续 47 年圆满完成“课前到书，人手一册”任务。2025 年，我们统筹全省发行资源，优化全链条协同机制，确保中小学教材及时、精准送达每一所学校；积极构建线上线下融合的服务体系，通过实体门店专柜、电商平台专栏及小程序，为师生和家长提供便捷、可靠的正版教材获取路径，让优质教育内容更好地服务于教学一线，持续筑牢立德树人的知识根基。



深耕全民阅读

我们构建覆盖城乡及全龄段覆盖的全民阅读体系，以多元举措提升公共文化服务可及性。2025 年，全年开展各类阅读文化活动超 15,000 场，触达读者百万人次；依托“凤凰书苑”“小凤凰 FM”等数字平台和 1,375 个凤凰新华书店实体网点，打造阅读、体验、社交于一体的城市文化新空间；推进机关书屋、企业职工书屋、农家书屋、特殊群体书屋“四个书屋”建设，打造全民阅读朋友圈；实施“凤凰少年书架”公益项目，惠及 6,000 余名青少年；深耕校园阅读，设立 50 家校园阅读服务中心并举办诵读大赛等品牌活动。

创新研学融合

我们积极探索“出版+文旅”融合新路径，推动静态文化资源转化为可体验、可感知的动态文化消费与教育实践。我们将版权资源、文化 IP 与地方研究成果有机融入多元场景，拓展出版内容的表达维度与应用价值，助力文化传播与产业升级，实现社会效益与经济效益的有机统一。



案例 凤凰传媒构建“数学文化+AI 创意”研学融合新模式

2025 年，凤凰报刊传媒联合江苏省教育学会及数学领域权威专家，举办“数学文化+AI 创意”研学夏令营。活动依托《时代学习报》资源，通过前置校园文化节浸润，打造传统数学营与创新融合营，吸引 1,700 余

名学生参与。项目不仅实现营收 450 万元，同时将研学资源转化为《数学文化素质教育资源库》等系列丛书，实现文化普及、研学实践与出版转化协同发展，推动传统出版向教育服务转型升级。

案例 凤凰新华书店集团“书香江苏”文化研学项目

“凤凰新华研学”是江苏凤凰新华书店集团的研学品牌，整合出版主业与地方文旅资源，专注于安全、教育、课程与线路开发，践行“新华不止于书，研学不止于游”的理念。

2025 年，“凤凰新华研学”依托第十五届江苏书展，开发“书香江苏”课程，承接新疆克孜勒苏柯尔克孜自

治州亲子研学团和江苏常熟的青少年独立研学团。项目以“政府指导+企业承办+媒体传播”三方协作，搭建名家对话平台，融合 AR/VR 展陈与在地文化课程，以研学手册为载体，引导学生记录见闻、表达思考、沉淀收获，有力推动了出版业态与研学教育的深度耦合。



“书香江苏”文化研学项目

传扬中国故事

我们以多元合作与创新实践助力中华文化走向世界，积极推动中国内容精准融入海外阅读与教育场景，持续拓展中华文化的国际传播广度与深度。

2025 年凤凰传媒中国文化传播主要成果

国际书展

- 在伦敦、博洛尼亚、北京、法兰克福四大国际书展设立独立展位，并参与突尼斯等书展 10 余批次
- 深化与英国《书商》《图书午餐》，美国《出版商周刊》等国际主流媒体合作
- 在突尼斯书展、法兰克福书展期间举办的三场文化交流活动，入选中宣部 2025 国际书展重点活动
- 获第 30 届北京国际图书博览会“特别组织奖”

版权合作

- 累计参与 8 个“中外国家互译”项目；全年输出非华语图书版权 460 种，88 个种类入选省级以上外向型项目；版权输出累计达 5 个国家以上的图书共 41 种
- 5 家出版社、2 个项目入选“国家文化出口重点企业和重点项目”，入选数量位居全国出版集团第一
- 《习近平谈治国理政》等主题图书在 25 国发行超 10 万册；“江苏名家名作”外译项目推出 20 种图书的 30 种海外版；“海外中国研究丛书”亮相世界汉学大会
- 6,300 余种图书入藏海外图书馆；“凤凰国际出版翻译专家库”入库专家达 150 人

海外教育与本土化布局

- 聚焦中亚需求，出版“中文工坊”系列教材 10 本，其中 6 本已向乌兹别克斯坦、越南、埃及等国输出版权；《职场中文》3 个语种入选教育部语合中心项目 2025 年度“中文+职业技能”教学资源建设项目
- 累计建成 23 家海外“凤凰书架”，在哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦设立“郑和学院教材研发中心”
- 成立“江苏—中亚产教融合联盟”，并依托“中文+职业技能”研修项目，组织中亚人员来华培训与研学活动；通过开展青少年研学等活动，培养“懂中文、精技能、通文化”的人才

内容质量保障

公司坚信坚守高品质内容不仅是履行国有文化企业使命的根本基石，也是赢得读者信任、提升品牌影响力、实现可持续发展的核心关键。我们始终致力于打造思想精深、内容扎实、文字精准的出版物，以高品质内容践行企业责任，推动行稳致远。

治理

我们构建权责清晰的内容质量治理体系，严格遵守《中华人民共和国著作权法》《出版管理条例》《图书出版管理规定》《图书质量管理规定》等相关法律法规，制定《凤凰传媒出版物质量提升三年行动方案（2024—2026）》《凤凰传媒关于加强出版导向、出版流程、编校质量的管理规定（试行）》《关于报送重大敏感选题书稿审读材料的规定》等制度，切实将意识形态工作责任制和出版规范要求落到实处。

战略

我们系统识别从内容创作、编辑加工到出版发行全流程中的质量风险与提升机遇，制定严谨的预控与优化策略。

凤凰传媒内容质量保障风险与机遇及应对措施			
风险 / 机遇名称	类型	风险 / 机遇描述	应对举措
政策风险	风险	出版和发行行业政策与标准的动态调整，要求企业持续跟进并快速响应，对运营的敏捷性与合规性造成持续压力。	建立常态化的政策监测与评估机制，并设立专项内容审核流程，以确保所有出版与发行活动能够动态、精准地符合最新政策与标准要求。
技术风险	风险	面对行业内快速发展的 AI 与数字化技术，企业若未能及时跟进并有效应用，可能导致内容生产效率、创新性与市场竞争力受到影响，无法充分利用技术进步保障并提升内容的核心质量。	将人工智能与数字化升级纳入中长期战略，通过建设数字化平台，推动从内容策划到生产的全链条技术赋能，以保持内容质量与技术创新的行业引领地位。
市场风险	风险	消费者阅读场景、媒介偏好与选择标准发生变化，导致市场导向与畅销趋势的稳定性和可预测性下降，对企业传统的内容策划、发行与营销模式构成持续挑战。	密切跟踪市场趋势与读者需求变化，动态优化产品策划与营销策略，同时拓展线上线下融合的多元发行与服务渠道，以增强对市场风向的适应能力。
技术赋能	机遇	人工智能、大数据等数字技术日趋成熟，促进内容生产的全流程（如选题策划、智能审校、读者洞察等）工作效率的提升。	主动将前沿技术纳入出版和发行流程，建设或引入智能化内容生产与质量管理平台，实现从经验驱动向数据与智能辅助决策的转型。
品牌信任	机遇	在信息过载的市场环境中，读者更倾向于信赖权威、专业的出版和发行品牌，对优质、可靠内容的需求更为迫切。	坚守“内容为王”，将质量管控内化为核心品牌承诺。通过设立专项评审机制、持续输出标杆产品、公开质量规范等方式，巩固并提升品牌的美誉度与读者忠诚度。

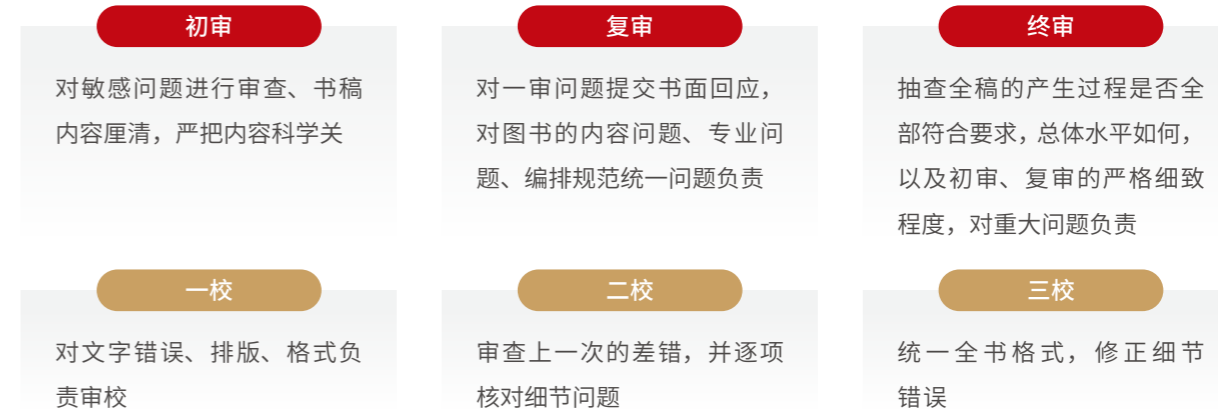
我们持续完善覆盖出版与发行全流程的管理机制，强化出版导向与编校质量的源头把控，在选题立项、版权引进与输出、原版样书管理、图书信息发布及打击侵权盗版等关键环节，严格落实书稿审校制度和专项管控要求。

严守编校流程

为保障内容质量，我们严格遵循“三审三校”核心流程，以预防为导向，在初审、复审、终审及三次校对等关键环节设立监控点，通过环环相扣的责任闭环，确保出版物在政治导向、内容价值与编校质量上全面达标。

出版社三审三校流程

按照重在预防的原则，从图书出版在线全程抓起，在初审、复审、终审、一校、二校、三校等重要环节，设立监控点



严控特殊图书质量

为确保重点、敏感及复杂类图书的内容质量，公司对重点出版项目、送评图书、工具书、新编教材及重点引进版等类别，实施强化质量管控措施增设质量保证条款。

凤凰传媒特殊图书质量保证条款

对省以上重点书、送评图书、词典类工具书、新编教材、难度较大的引进版图书适当增加校次

送评图书和国家、省重点图书实行印前审读

重点图书、敏感类图书，按规定报省新闻出版局出版处审读，并填写月报表、三审单、送审报告、审读报告及书稿

智能编校护航

我们基于自然语言处理技术并融合大模型能力，持续优化自主研发的“凤凰智能校对系统”，在识别并纠正字词、语法、知识性事实及格式等多类错误的同时，智能审查政治舆论导向，保障出版物及各类文档的意识形态安全。系统已在自然科学、文学历史、社会生活等领域上线多项 AI 校对功能，查出率和查准率明显提升。

打击侵权盗版

我们坚决维护自身及行业版权权益，积极推动构建“政府主导、协会协同、企业参与、技术赋能”的反盗版联动机制，积极参与由江苏省委宣传部牵头的“正版护航”专项行动，配合清理盗版链接和著作权刑事案件查办工作。该行动已纳入《江苏省数字文化产业高质量发展三年行动计划（2025-2027 年）》，我们将持续强化技术监测与协同维权能力，筑牢版权保护防线。

影响、风险与机遇管理

我们已逐步建立覆盖策划、编辑、生产、发行全流程的风险与机遇管理体系，通过制度规范、流程管控与技术赋能相结合，持续提升内容质量与安全保障水平。未来我们将把内容质量保障体系融入公司全面风险管理框架，推动管理协同与效能提升。

指标与目标

公司已建立内容质量保障的关键绩效指标与目标，持续开展监测评估并披露进展。2025 年，在第二届国家教材建设奖评选中，我们的基础教育类出版物获奖数量位居地方出版集团首位、全国第二，稳居行业前列；其中，职业教育类教材斩获一等奖和二等奖各 1 项，创下历史最佳成绩。

科技创新

公司积极响应国家发展新质生产力、“人工智能+”行动和文化数字化战略，制定《推进凤凰出版融合发展实施意见（2023-2025）（试行）》《推进凤凰传媒人工智能发展实施意见》，以“技术赋能、跨界融合、模式突破”为方针，推动 AI 与大数据深度融入出版与发行全产业链。

推出“人工智能+教育”

我们打造“人工智能+教育”出版服务体系，构建覆盖基础教育、职业教育和高等教育的智能化服务生态。

2025 年凤凰传媒“人工智能+教育”行动成果

推出“智聆学伴”和“智聆教伴”AI 教学助手

“智聆学伴”依托“凤凰智灵”人工智能综合应用平台，集成权威教育版权与学科网全量题库，支持错题分析、智能推送、自动批改等功能，构建纸智融合、分层适配的全学科学习资源体系，覆盖课前、课中、课后全场景学习，实现规模化因材施教和个性化学习。

“智聆教伴”依托凤凰传媒核心版权资源，整合学科网等生态伙伴的优质教育内容，深度融合 AI 与大数据技术，为教师搭建专属个人知识库，实现教学资源快速采集、智能生成与高效应用，并提供教学、教研、办公等多场景的智能助手，切实减轻教师压力。截至 2025 年底，“智聆学伴”已落地 109 所试点学校，初步形成教学—学习—辅导一体化闭环，助力优质教育资源均衡配置，为教育数字化转型提供实践样本，入选国家新闻出版署 2025 年出版业科技与标准创新项目。



“智聆学伴”和“智聆教伴”

赋能职业教育与高等教育领域

自主研发“凤凰数字教材云平台”与“文云荟数字教材平台”，首批开发 112 门可听、可视、可练、可互动的新型数字教材，覆盖职业教育与高等教育领域。融入智能可编辑知识图谱、AI 助学助教、智能审校、内容智能生成等功能，构建“数字教材—教学应用—教育评价”一体化出版服务体系，以数据为驱动，助力职业教育和高等教育教学改革。

建设信息科技与人工智能教育的核心数字化教育载体

“江苏省中小学信息科技课程平台”实现人工智能技术与应用在通识教育中的转换，为江苏省 650 万师生提供信息科技教与学的支撑，入选国家新闻出版署“2025 年度出版融合发展工程重点项目”及中国新闻出版研究院“2025 年出版业新一代信息技术应用案例”。

建设“人工智能教育实验室”项目

自主研发“江苏省中小学人工智能教育服务平台”，搭建人工智能能力基座，开发智能交互体验工具、智能问答、模型训练以及编程工具等，构建“实验手册+教育服务平台+教学资源+配套实验装备”的人工智能教育实验室整体解决方案，为江苏省小学至高中全学段提供定制化服务。



“人工智能教育实验室平台”实验手册

打造文化数字化

我们坚定履行文化传承使命，持续推进重大文化工程数字化，运用数字化手段系统性挖掘、保护与创新呈现中华优秀传统文化。

案例 凤凰传媒文化数据库建设实现创新性发展

实施《江苏文库》影印本 OCR 第一期工作，开发了数据库平台 OCR 文本的展示和搜索功能，进一步提升了《江苏文库》数字化建设的智能化水平。



《江苏文库》数据库



“数字中国·大运河”数据库

“大运河文化数字传播工程”涵盖图书出版、专业数据库、新媒体传播和信息咨询等，已形成融合出版项目集群，入选国家新闻出版署“2025 年度出版融合发展工程重点项目”。

利用人工智能技术，系统整合海量文献资源，打造“抗战史人工智能数据库”，为爱国主义教育提供新颖、权威的数字载体。



抗战史人工智能数据库

构建用户数字生态

我们坚持以用户为中心，通过构建线上线下融合、公域私域联动的数字服务体系，确保优质文化教育内容能够更公平、更精准地触达更广泛的受众群体。

深化会员体系与私域运营

我们以数字化平台为基础，通过整合各业务线资源，打造“大会员”服务体系，为忠实读者提供专属权益与全方位文化服务，有效提升了用户黏性与品牌认同，构建了基于深度用户关系的可持续发展模式。

打通全渠道服务网络

我们持续优化“凤凰新华中小学教材书店”小程序、第三方电商平台专栏及线下实体门店专柜，形成线上线下联动的立体化服务网络，保障了教材教辅的稳定供应与便捷获取。

员工权益与福利

公司将员工视为企业可持续发展的核心力量，坚持以人为本，切实保障员工基本权益，秉持公平公正的雇佣理念，构建科学合理的薪酬福利体系，畅通沟通渠道，积极倾听员工诉求，致力于营造多元、平等、包容的职场环境。

治理

人力资源部作为员工权益管理与人才配置的归口部门，围绕人才雇佣、员工薪酬与福利、多元、平等与包容、员工关怀等重点领域开展工作。我们严格遵守《中华人民共和国劳动法》等国家相关法律法规，制定《凤凰传媒招聘面试工作暂行规定》《凤凰传媒劳动用工管理暂行办法》等相关管理办法，持续完善劳动关系管理体系，建立健全员工保护机制，切实维护员工基本权益，不断提升员工的幸福感与归属感。

战略

我们通过识别经营管理及生产过程中与人力资本相关的风险与机遇，并制定相应应对策略，切实保障员工基本权益，营造安全舒心的职场环境，不断提升员工幸福感和满意度。

凤凰传媒员工权益风险与机遇及应对措施			
风险 / 机遇名称	类型	风险 / 机遇描述	应对举措
政策和法律风险	风险	违反相关劳动法律法规，可能导致企业承担法律责任、声誉受损及员工流失等多重风险。	建立系统的劳动合规管理体系，通过完善内部制度、强化日常监督与培训，确保全流程严格遵守法律法规。
人才雇佣风险	风险	在人才雇佣过程中，若未能严格遵循平等、合法、透明的原则，不仅违反相关法律法规，还可能导致企业雇主品牌形象受损。	严格执行平等、合法、透明的招聘原则，健全入职审查与劳动合同管理流程，强化招聘人员合规培训，并定期开展雇佣合规自查，切实防范歧视、违规用工等风险。
人才留任风险	风险	劳工管理机制不健全或执行偏差，易导致员工薪酬、加班补偿等基本权益保障缺失，增加人员流失风险。	健全劳工管理制度并强化执行监督，确保劳动合同、薪酬福利、工时休假等关键环节依法合规，以防范用工风险与人才流失。
运营机遇	机遇	构建多元、平等、包容的职场氛围，有助于促进员工的幸福感与归属感的增加。	构建多元、平等和包容的管理体系，禁止基于性别、年龄、种族、宗教、学历、文化及其他任何形式的区别对待和歧视行为。
人才吸引机遇	机遇	持续优化薪酬福利体系，给予员工具有市场竞争力的薪酬及福利待遇，有利于促进员工工作的积极性和满意度的提升。	持续完善薪酬分配机制，合理优化福利结构，有效激发员工积极性，切实增强员工的获得感与归属感。

我们坚持依法合规雇佣，坚决抵制因性别、年龄、种族、民族、肤色、教育背景、婚姻状况或健康状况等因素产生的歧视行为，禁止雇佣童工及强迫劳动。2025 年，公司未发生与雇佣相关的法律诉讼，亦无童工或强迫劳动事件。

在人才引进与配置方面，我们畅通内外部招聘渠道，根据岗位需求，既为内部员工提供转岗等职业发展机会，也面向社会开放校园招聘、网络招聘等多元化通道，持续吸引优秀人才。

2025 年凤凰传媒招聘渠道

内部招聘	<ul style="list-style-type: none"> 通过面向各成员单位开展岗位遴选、转岗交流等方式，促进内部人才有序流动，激发员工活力
外部招聘	<ul style="list-style-type: none"> 持续畅通校园招聘、网络招聘等多元化公开招聘渠道 积极拓展高层次人才引进路径，主动参与省级“选聘生”计划、市级“高层次人才”专场招聘等专项引才活动，成功招募“AI 应用工程师”“理科编辑”等紧缺专业人才

我们致力于构建公平且富有活力的职场环境，持续优化薪酬福利管理体系，积极推动同工同酬的实现。我们依法为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，并全员缴存住房公积金，切实保障员工合法权益。

我们建立荣誉表彰与专项激励机制，奖励务实进取、创新突破且具有示范作用的员工，并将其表现作为评优评先和干部选拔的重要依据。此外，针对员工在承担重大专项任务、推进重要创新项目或获得上级部门重大荣誉等方面的突出贡献，经认定后，公司以专项激励形式在薪酬总额内予以体现，全面激发员工的内生动力与创新活力。

我们持续完善员工福利体系，在依法保障法定节假日、带薪年假等基本权益的基础上，我们持续完善员工福利体系，在依法保障法定节假日、带薪年假等基本权益的基础上，逐步丰富带薪护理、育儿等假期福利内容，并提供员工节日慰问等多元化福利。同时，我们关爱少数民族员工，并建立困难帮扶机制，为遭遇重大变故或生活困难的员工提供必要支持；重视退休人员关爱，开展欢送座谈会，切实传递组织关怀。

案例 凤凰传媒举办荣誉退休欢送会

2025 年 6 月，凤凰传媒在南京举办荣誉退休欢送会，党委书记、董事长章朝阳出席并致辞，向 6 位退休同志致以敬意。活动通过温情回顾与庄重仪式，表彰其多年奉献，强调精神传承与人文关怀对企业发展的意义，增强了员工的归属感与组织凝聚力。



公司召开荣誉退休欢送会

我们畅通民主沟通渠道，每年召开职工代表大会，并推动各级管理部门及下属公司负责人主动倾听员工心声。为系统评估并持续优化员工体验，2025 年，我们开展覆盖全员的满意度调研，员工满意度为 86.32%。同时，我们针对新员工群体实施专项入职体验调研，通过对所收集数据的综合分析形成洞察报告，为管理决策与工作改进提供有力支撑。我们已逐步建立员工申诉渠道与处理机制，确保员工可就绩效评估、职场行为等问题提出反馈，并获得公正、及时的回应，并积极推动该机制在各成员单位的落地与实践。

2025 年

100%
劳动合同签订率

100%
社会保险覆盖率

成功招募“AI 应用工程师”“理科编辑”等紧缺专业人才

影响、风险与机遇管理

在日常管理中，我们围绕员工权益与福利保障，识别相关风险与机遇，评估其影响程度与发生可能性，并采取针对性措施；同时，通过绩效指标动态跟踪管理成效，并持续优化风险管理流程，为公司稳健可持续运营提供支撑。

指标与目标

我们建立员工权益保障相关指标与目标，并持续进行绩效监测。2025 年，在高素质人才队伍建设方面，我们以招募高层次人才为目标，聚焦关键岗位紧缺人才引进，重点加强高层次人才引进，以提升核心业务支撑能力。

员工发展与培训

公司关注员工成长与个人价值的实现，打造涵盖专业技能、管理等方面的多元化培训体系，并畅通职业发展通道，为员工提供公平晋升机会，持续推动员工与企业同频成长、共享成果。

治理

人力资源部作为员工职业发展与培训的归口管理部门，制定《凤凰传媒专业人才培养规划》《关于建立导师聘任机制的指导意见》等制度，系统构建管理与专业双通道职业发展体系及全覆盖培训机制，持续推动高素质专业化人才队伍建设。2025 年，我们印发《凤凰传媒干部人才队伍建设规划（2024-2028 年）》，进一步部署干部人才素质提升行动，通过分层分类、精准施训，优化培训体系，全面提升员工专业能力与组织人才竞争力。

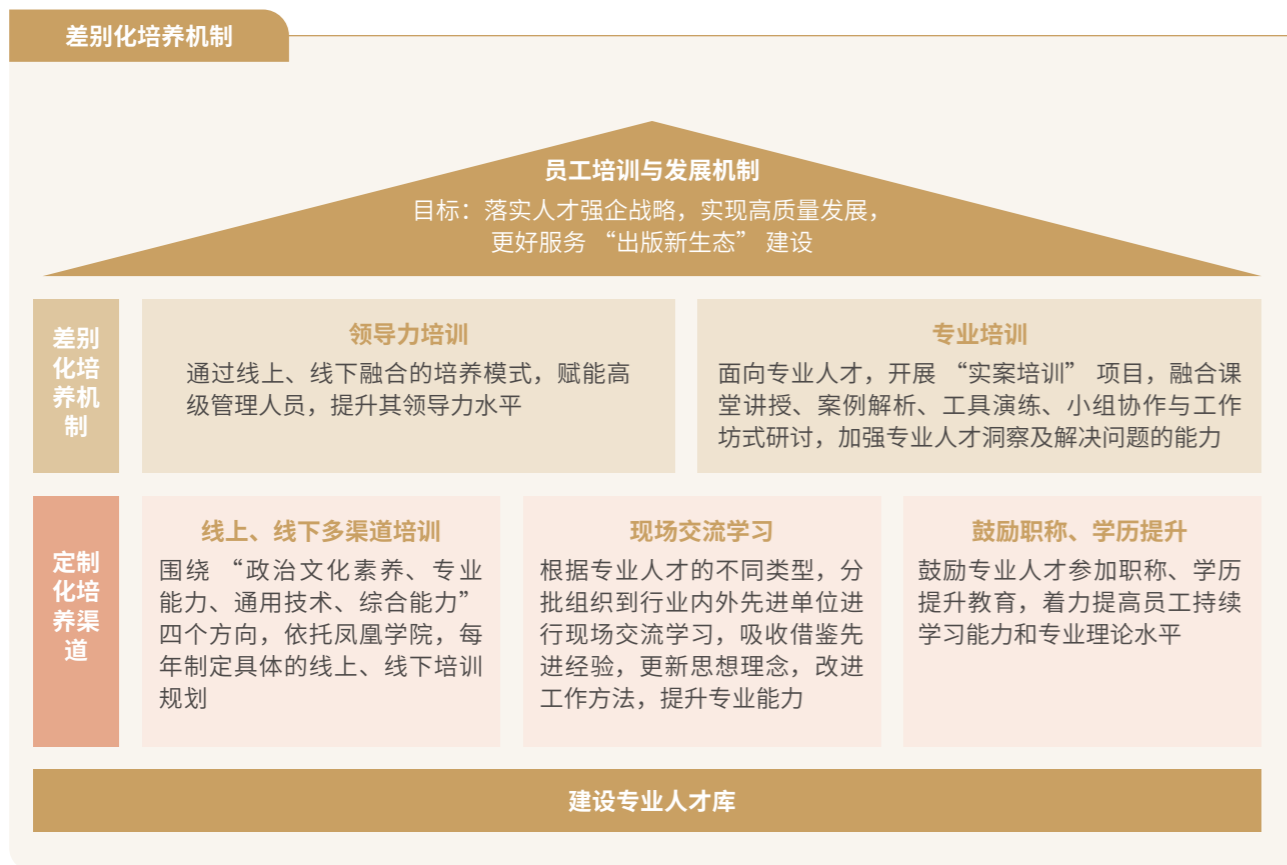
战略

我们紧密围绕“出版新生态”建设总目标，深入实施人才强企战略，在员工发展与培训管理过程中系统识别相关风险与机遇，并制定针对性应对策略。



凤凰传媒员工发展与培训风险与机遇及应对措施			
风险 / 机遇名称	类型	风险 / 机遇描述	应对举措
运营风险	风险	若未能为员工提供适配且充足的培训资源，可能导致其能力发展滞后于企业战略与业务需求，进而制约企业的发展。	持续优化培训资源配置，健全分层分类的培养体系，确保培训内容与业务需求和岗位要求精准匹配。
人才流失风险	风险	若培训机制不健全，培训内容与业务发展脱节或执行流于表面，将难以支撑员工能力成长，导致关键岗位人才流失，影响核心业务效能。	持续完善培训机制，强化需求调研与效果评估，确保培训内容紧贴业务实际、培训过程注重实效。
人才培育机遇	机遇	构建覆盖员工职业生涯全周期的培养体系，帮助员工规划清晰的职业发展路径，系统提升其知识与技能，促进人才持续成长，为企业长远发展提供坚实的人才保障和战略支撑。	建立健全覆盖员工职业生涯全周期的培养体系，明确发展路径，动态优化培训内容与资源供给。

我们持续完善员工培训与发展相关机制，构建分层分类、全方位覆盖、全流程跟踪的专业人才培养体系，并通过定制化培训、差异化培养、专题研究和项目实践等多元方式，推动培训资源公平可及、发展路径清晰畅通。我们建立了绩效评估机制，并推动该机制在各成员单位的落地与实践。通过周期性考核，结合评估结果制定个性化成长计划，切实支撑员工能力提升与职业成长。



为强化总部专业服务与战略支撑能力，推动总部人员遴选与成员单位“无任用推荐”机制有机融合，在加强骨干人才多层次、多岗位锻炼的同时，我们积极探索总部与成员单位间的人才双向交流培养机制，促进全系统人才资源的高效协同与动态配置。

我们围绕发展战略，聚焦数字化转型与出版和发行主业协同，有序推进员工培训工作。培训内容覆盖新入职员工融入、管理能力提升、技术赋能及党建教育等多个维度，重点开展“凤凰智灵应用”“人工智能研发技术”等数字化系列培训，以及“出版 ERP 优化”“会计电子档案管理”等业务专项培训，并系统性构建了新媒体人才培养机制，强化内容创新、运营推广与跨界融合能力，为融合发展储备核心动能。

案例 凤凰传媒举办新媒体人才培养计划结业典礼

2025 年 4 月，凤凰传媒举办了“新媒体人才培养计划”第三期结业典礼。31 名来自 14 家单位的 90 后学员组成 6 支跨界战队，围绕“凤凰书苑 APP”和“凤凰好书”主题创作短视频，运用 AI 辅助、热点融合与用户视角叙事，实现从功能宣讲到故事化“种草”的转变，多部作品取得浏览量破万、互动超百的成效。活动有效提升了内容传播与品牌影响力，为出版与发行业数字化转型积累了人才力量。



凤凰传媒举办“新媒体人才培养”（三期）结业典礼

2025 年，我们举办了覆盖办公技能、设计技能、选题策划技能、编校技能及 AI 应用技能等核心生产技能的系列比武大赛，以赛促学、以赛提能，有效强化了人才能力建设与战略落地的衔接。

案例 凤凰传媒举办“智效办公技能大比武”

2025 年 12 月，凤凰传媒在南京举办“新赛道、新技术、新平台、新机制—智效办公技能大比武”大赛。21 家单位的 42 名行政骨干参与公文写作、科技赋能、情景模拟三项竞赛。活动聚焦高频办公场景与智能工具应用，激发了员工精进业务、拥抱技术的内生动力，为公司高质量发展提供了高效、规范、智能的运营支持。



凤凰传媒举办“智效办公技能大比武”

我们通过推行“导师制”，探索“课题研究”“参访调研”等多元化研学模式，加速高潜人才成长；积极发挥老同志的职业价值，探索建立专业型退休人员优化使用机制，为建设世界一流出版发行企业、服务新质生产力发展提供多元智力支持。

凤凰传媒强化人才支撑路径

深化“四高路径”

通过实施“结高亲、寻高人、建高地、攀高峰”，广泛凝聚出版与发行新质生产力的参与者、培育者和贡献者，发挥创新资源集聚协同效应。

深化产教融合协同育人

与东南大学等高校、科研机构及相关科技企业深度合作，定制化开展“AI 变革专项培训计划”、全员人工智能通识教育，组织“AI+ 出版实践应用大比武”等多种活动，持续提升全员驾驭新技术、开拓新业态的能力。

健全创新人才“引育用留”机制

完善跟踪考察、重点培养、优先使用制度，推动人才链与创新链深度融合，为发展出版与发行新质生产力提供核心动能。

案例 凤凰传媒举办四期人工智能应用教育培训研修班

2025 年 5 月至 10 月，凤凰传媒针对新闻出版、营销发行等岗位骨干，举办了四期人工智能应用研修班。培训依托“凤凰智灵”等平台，采用理论结合实践的

模式，覆盖智能审校、图文生成、营销制作、公文与数据可视化等场景，并讲授智能体构建与知识库管理等进阶技能，促进 AI 与业务深度融合。

我们持续深化与高校的“产学研”合作，围绕人工智能应用方向共建实践基地、开设定制化课程，强化创新人才支撑，推动理论研究与产业实践互促共进。

案例 凤凰传媒携手东南大学启动 AI 变革专项人才培养

2025 年 4 月，凤凰传媒联合东南大学新一代人工智能技术与交叉应用教育部重点实验室启动“AI 变革专项培训计划”，旨在打造“懂业务、擅技术、敢创新”的复合型人才。计划采用“理论教学 + 实验实训 + 讲座研讨”三维培养模式，系统讲授人工智能核心概念，并围绕数据挖掘、图像视觉生成、智能体搭建等方向开展专项实操训练，提升参训人员的技术应用与融合创新能力。



凤凰传媒“AI 变革专项培训计划”正式启动

影响、风险与机遇管理

我们建立并不断完善涵盖人才识别、培养发展与效能评估的管理机制，以应对员工发展与培训中的潜在风险、把握关键机遇，持续提升团队能力与组织活力，致力于实现人才战略与业务发展的深度协同。

指标与目标

我们已建立员工发展与培训相关指标和目标，并持续进行绩效监测及进展状况披露，确保人才培育工作的顺利开展。

职业健康与安全

公司始终将员工的职业健康与安全置于经营管理的核心位置，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，全面落实《凤凰集团安全保卫工作管理规定》《凤凰集团消防安全管理规定》，系统加强工作场所的卫生、安全与风险防控及应急管理措施，切实保障员工身心健康。

案例 凤凰传媒开展“安全生产月”应急能力提升专项行动

2025 年 6 月，凤凰传媒在南京组织开展“安全生产月”系列活动，紧扣“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题，邀请美国心脏协会授权培训中心专家开展心肺复苏（CPR）、AED 使用等急救技能培训，并组织员工参与应急疏散演练。活动有效提升了全员安全意识与应急处置能力，切实保障职工生命健康和生产经营平稳运行。



凤凰传媒开展“安全生产月”应急能力提升专项活动

我们为全体员工提供年度健康体检，并结合员工需求不定期组织健康知识讲座，积极开展形式多样的员工文体活动，丰富业余生活、促进员工身心健康。同时，我们常态化开展对特殊岗位员工的走访慰问，传递组织关怀。2025 年，公司未发生任何安全事故及因工死亡事件，职业健康安全管理体系运行有效。

案例 凤凰传媒举办第六届“凤凰杯”羽毛球联赛

2025 年 3 月，凤凰传媒举办第六届“凤凰杯”羽毛球联赛，来自 22 家单位的 100 余名职工组成 9 支联队参赛。赛事作为“凤凰杯”系列体育活动的首场，活动不仅促进了跨单位交流与团队协作，更有效缓解工作压力，倡导健康生活方式，切实提升员工身心素质与幸福感。



凤凰传媒举办第六届“凤凰杯”羽毛球联赛

消费者权益

公司面向消费者的业务包括图书消费平台与商场运营管理，我们秉持“以用户为中心”的服务理念，将消费者权益保护深度融入运营与管理全过程，通过透明的沟通机制以及高效畅通的反馈渠道，切实保障消费者的基本权益。

治理

我们严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国电子商务法》等国家法律法规，系统构建覆盖线上、线下的消费者权益保障体系。

在图书消费平台管理方面，公司明确由发行集团作为消费者权益保护工作的归口责任部门。针对线上销售特点，制定并实施《商品信息与质量管理制度》《消费者权益保障与服务提升计划》等制度，全面规范商品管理、交易流程及售后服务；针对线下实体门店，通过《业务经营管理办法》《“星级门店”管理办法》等，对读者服务标准、服务设施配置等与消费者权益密切相关的内容作出明确规定。

在商场运营管理方面，由商管公司作为消费者权益保护归口单位，制定《江苏凤凰广场商业管理有限公司运营期项目管理制度汇编》等制度，规范客户关系管理与服务流程。

同时，我们通过建立权责清晰的管理机制，并辅以常态化的监督检查与系统性培训，致力于为客户持续提供优质的产品与服务。

战略

我们将消费者权益保护深度融入公司整体发展战略，视其为构建长期竞争优势、实现可持续发展的重要基石。面对不断变化的消费者期待、市场环境与技术趋势，我们系统识别并分析了消费者权益保护领域所面临的风险与机遇，致力于通过前瞻性的战略规划与持续的流程优化，将消费者权益保障转化为推动业务创新与品牌信任提升的核心动力。

2025 年凤凰传媒消费者权益风险与机遇及应对措施

风险 / 机遇名称	类型	风险 / 机遇描述	应对举措
服务质量风险	风险	客服渠道分散、响应慢、处理标准不一等情况，易导致无法及时有效解决消费者诉求，可能给企业声誉带来影响。	持续优化客服渠道，统一投诉处理流程与标准，加强客服培训与考核，提升响应速度。
交易履约风险	风险	线上交易中可能因系统、支付或物流问题导致交易中断、交付延迟或售后响应不及时，影响客户满意度。	优化电商平台系统，建立快速售后处理与纠纷协调机制，保障交易顺畅与权益兑现。
数字化服务机遇	机遇	通过技术打通线上、线下服务，促进更便捷、更透明服务体验，增强用户粘性。	推动平台功能与门店数字化升级，构建统一会员体系与服务中台，实现全渠道可查询、可追溯。
服务创新机遇	机遇	基于消费者反馈与行为数据分析，可精准识别服务短板与需求，促进产品与服务创新。	建设常态化调研与数据分析机制，将洞察应用于服务流程改进与个性化服务设计。

为提升服务质量，我们系统识别并管理消费者权益保护相关风险与机遇，持续完善管控机制，通过交易保障优化、信息规范审核、服务渠道整合等举措，有效降低消费争议发生概率，不断提升消费体验与品牌信任度。

在客户满意度管理方面，我们持续完善常态化的调研与反馈机制。每年春、秋两季馆藏图书展销会期间，我们面向中小学图书馆、大中专院校、公共图书馆及企事业单位等各类机构客户，开展专项满意度问卷调查。调研内容全面覆盖信息宣传、图书品类、展场布局、选购工具、技术支持、人员服务及后勤保障等关键环节。我们通过系统评估展会服务质量，获取客户改进建议，并为后续优化提供数据支持。

在投诉响应与渠道建设方面，我们构建了线上、线下融合、多维联动的客户投诉受理与沟通机制。各市县分公司门店在醒目位置公示服务监督电话，并设立现场客户服务中心；同时，通过凤凰新华小程序、官方微博及第三方平台旗舰店等线上渠道设置客服入口，依托智能与人工客服协同，

实现 24 小时响应。对于“12345”政务平台等外部渠道转办的投诉，严格按照规定限时处理并反馈，确保 24 小时内受理、3 个工作日内完成处理。所有投诉均由专人全程跟进，确保第一时间联系客户、厘清诉求，并在合理范围内主动协商解决方案，推动问题高效、妥善化解。

在召回管理方面，我们建立规范的召回机制。如发现已配送图书存在内容差错或质量问题，将立即启动产品质量应急处理流程，通过发行系统精准追溯相关批次，主动联系客户协商退换或补发方案，并同步优化管理环节，防止同类问题再次发生。

在实体商业运营中，我们聚焦场所安全、服务响应与客诉化解等关键环节，通过设立一站式现场服务台、建立商户协同管理与应急联动机制、开展服务人员专项培训与考核等措施，提升消费者在购物环境中的安全感与服务体验。在此基础上，我们进一步拓展商业空间的服务内涵，积极通过创新公共服务提升消费者获得感与满意度。

案例 凤凰广场以公共体育服务创新提升消费者满意度

2025 年，镇江、南通、泰兴、射阳四地凤凰广场面向周边居民，将部分空置铺位改造为免费乒乓球练习室。该举措盘活闲置资源，打造普惠、便捷的社区运动空间，在提升顾客到访频次与停留时长的同时，增强消费者满意度与归属感，丰富了商业场所“服务增值”与“体验优化”的内涵，推动凤凰广场从消费空间向社区生活节点转型。



凤凰广场增设免费乒乓球练习室

影响、风险与机遇管理

我们已逐步建立覆盖产品研发、市场服务与用户反馈全流程的消费者权益保障机制以应对消费者权益相关风险和机遇。未来我们将把消费者权益保护体系融入公司全面风险管理框架，实现客户价值与运营管理的协同发展。

指标与目标

我们围绕“质量、时效、服务与安全”的消费者核心权益，针对线上销售平台与线下实体业态的差异化特点，设定线上以“数据驱动+责任绑定”实现精准管控，线下以“场景标准+星级激励”推动消费者体验升级，整体构建“线上高效履约、线下体验增值”的互补格局的目标，以服务质量的持续改进推动客户满意度提升。

数据安全与客户隐私保护

为提升管理效能与协同水平，公司将数据安全与客户隐私保护视为可持续发展的生命线。我们遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，构建并完善全流程数据治理体系，遵循合法、正当、必要原则处理数据，切实保障作者、读者及合作伙伴的信息权益，以安全可靠的数据环境支撑出版与发行主业发展，履行文化企业的社会责任与数字伦理担当。

治理

公司已系统建立数据安全与客户隐私保护的管理架构，全面贯彻“谁主管谁负责、谁运营谁负责”原则。在领导责任层面，党委负主体责任，党委书记是第一责任人，分管领导为直接责任人。在工作执行层面，由网络安全工作领导小组办公室统筹协调，各下属单位设立专项工作小组具体推进，为全面提升数据治理水平、筑牢信息安全防线奠定了坚实的组织基础。2025 年，公司增设针对移动互联网应用程序（App）的隐私合规专项治理流程，由信息管理中心统一组织合规性评估与整改督查。

网络安全工作领导小组主要职能

- 组织规划网络安全工作、制定适用于公司及下属公司的网络安全管理办法
- 组织认定各类信息资产并按要求及时填报更新；负责计算机基础环境、所属网站、APP、小程序与自建业务应用系统的管理、维护、备份和安全防护工作，保障网络和数据安全
- 组织开展网络安全工作自查，对网络安全工作进行检查、监督和指导
- 组织制定和优化网络安全事件应急预案，建立健全网络安全信息通报、监测预警和应急处置工作机制，强化网络安全事件感知能力。建立健全网络安全应急队伍，强化技术支撑能力，定期组织开展应急演练
- 依法依规开展网络安全检查、网络产品和服务安全审查，组织开展技术检测和风险评估

2025 年，公司依据《2025 年度集团网络安全工作责任制落实情况督察检查考核指标》，明确相关责任主体及监管职责，推动安全管理职能实质化运行。此外，公司将网络安全纳入年度绩效考核，通过量化评分将安全责任逐级落实到岗位与个人，并对发生安全事故的单位实施责任倒查。

战略

公司以“统一规划、分步实施、集中管理、分级负责”为准则，制定了“主动防御+动态清零”的安全运营战略，以及“水密舱”式（七域隔离）的网络纵深防御战略，从而系统构建了规范化、可扩展的信息能力底座。

为规范公司网络安全管理工作，科学评估信息资产网络安全风险等级，公司制定《信息资产网络安全风险分级办法》，明确网络安全风险定级标准，并每半年进行一次全系统数据安全风险监测，排查安全隐患，并对发生变更的风险等级予以及时更新，确保风险管控的动态性与准确性。

凤凰传媒数据安全风险识别与评估

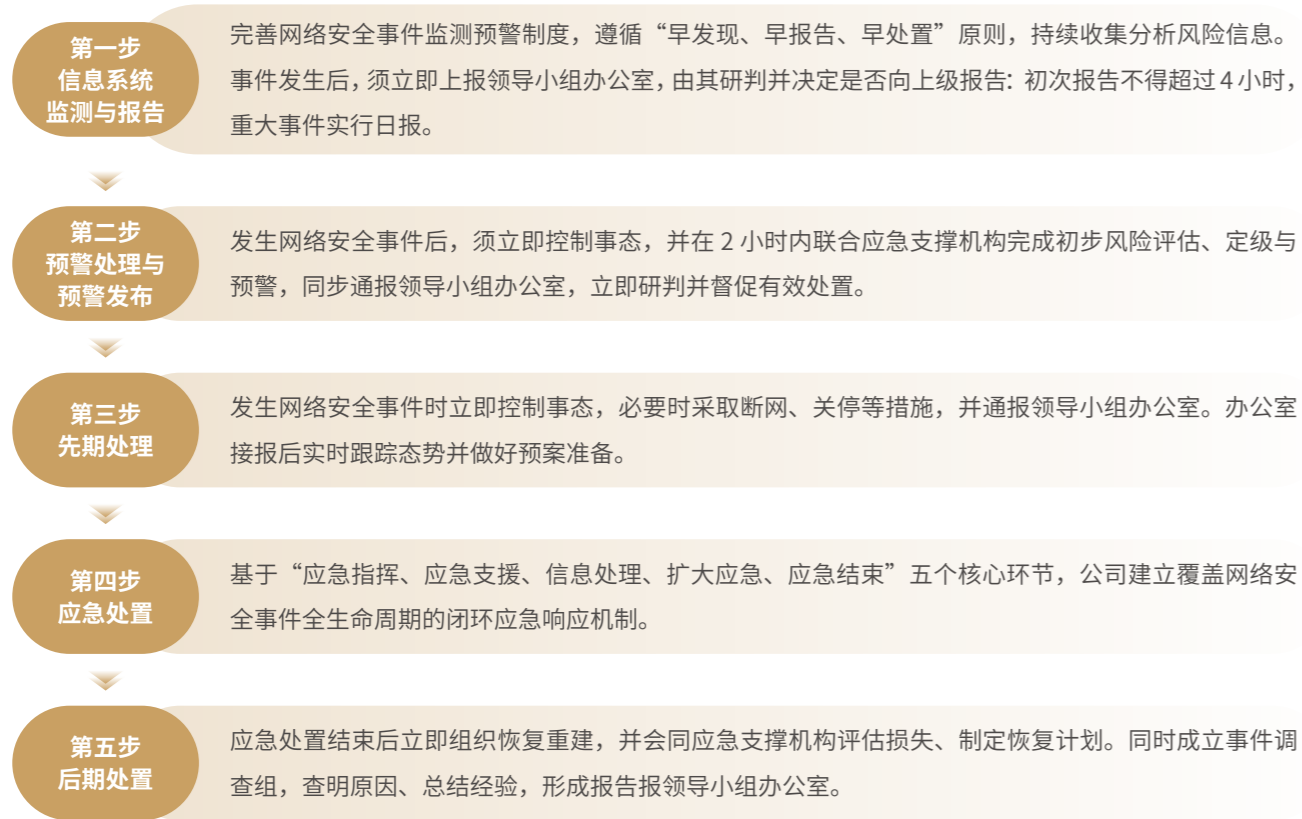
识别渠道	评估频率	汇报机制
外部专业机构定期渗透测试与漏洞扫描	实行 7×24 小时实时监测 + 月度汇总分析 + 年度全面评估	重大风险及时上报总经理，常规风险通过月度通报下发整改
内部主动防御平台实时流量分析与预警		
上级主管部门（省委网信办）的通报预警		

此外，我们建立“常态化月度通报+重保期日报”机制。日常每月发布网络安全监测通报，重大活动（如全国两会、国庆等）期间执行 7×24 小时值守与“每日零报告”制度，确保信息流转通畅。

凤凰传媒信息资产网络安全风险分级（部分）			
风险等级	风险说明	风险主体	应对举措
一级网络安全风险	信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露造成严重社会不良影响、对公司经济造成重大损失、对公司声誉和生产经营活动造成严重影响	互联网网站 面向公众服务的移动 APP 和小程序 重要业务管理系统 保存超过一定数量的个人敏感信息的系统 涉及资金管理的业务与财务系统 自建企业私有云平台等	建立 7×24 小时监测与分钟级灾备切换机制，确保极端情况下核心服务快速恢复 制定并定期演练协同应急预案，实现技术处置、舆情管理与合规报告同步联动
二级网络安全风险	信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露可能造成社会不良影响、对公司造成一定的经济损失、对公司声誉和生产经营活动造成一定影响	第三方具有媒体属性的网络平台发布号 业务小程序 一般业务管理系统 保存超过一定数量的个人敏感信息的系统 各单位注册的各类域名 租赁第三方公有云平台等	部署全天候主动监测与自动化防御系统，及时发现并阻断异常访问与篡改行为 建立分级应急响应流程，确保发生安全事件时能快速隔离、通报并有序恢复
三级网络安全风险	信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露可能对资产所属的单位造成经济损失、对本单位声誉和生产经营活动造成有限不良影响	各单位部门内部业务管理系统 NAS 存储 单位内部应用 APP 保存超过一定数量的个人敏感信息的系统 单位内部 IP 地址等	落实日常监控与定期漏洞扫描，强化访问控制以降低信息泄露与篡改风险 制定简明应急预案并开展专项演练，确保事件发生时能快速响应与业务

为完善网络安全防护体系，公司在强化事前防控的同时，着力健全事后应急响应机制。为提高处置网络安全事件的能力，形成科学、有效、反应迅速的应急工作机制，我们依照《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》《计算机信息网络国际互联网安全保护管理办法》，制定《网络安全应急预案》等内部制度与方案，确保重要计算机信息系统的实体安全、运行安全、数据安全，最大程度地预防和减少网络安全事件及其造成的损害，保障信息资产安全。为防范突发情况，公司对核心业务数据进行每日全量备份，增量数据每 4 小时备份一次，历史数据按月归档。

凤凰传媒网络安全应急预案流程



2025 年凤凰传媒数据安全与客户隐私保护亮点举措

架构优化	实施网络拓扑“七域隔离”改造，阻断横向渗透
主动防御	部署主动防御平台与流量分析，全年封禁恶意 IP 超 500 个
合规改造	完成官网商用密码应用安全性评估（密评）改造
动态清零	开展多轮次资产扫描，全年闭环处置风险超 1,300 项

公司始终将客户个人信息保护置于经营活动的核心，我们确保在业务全流程中——从采集、存储到传输与处理——均严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》及《中华人民共和国数据安全法》等法律法规要求，建立并执行完备的内部合规制度与操作规程，通过技术加密、权限管控与审计追踪等措施，全方位保障数据安全。

在此基础上，我们充分尊重并保障客户对其个人信息的自主控制权。具体包括：获取与访问权，客户有权查询我们持有的其个人信息；更正权，可要求对不准确的信息进行修改；删除权，在法定或约定情形下可要求删除其信息；可携带权，在符合技术条件时有权获取其结构化、通用化的个人信息副本；授权同意撤回权，可随时调整或撤回已作出的授权范围；以及账户注销权，可依法依规申请注销账户。我们已建立便捷的行使渠道与响应机制，确保客户的合法权益得以切实实现。2025 年，公司开展全范围内移动互联网应用程序个人信息收集使用合规自查。对旗下所有 APP 的隐私政策、权限调用逻辑进行技术检测，确保存储与使用环节合法合规。

通过系统化、常态化的信息安全与客户隐私保护文化建设，公司将安全理念融入全员意识与日常运营。公司每年制定信息化培训计划并组织实施培训。公司及下属公司应持续加强信息化专项培训与人才培养，并将信息化应用技能纳入相关岗位的入职、上岗等关键环节的考试与培训内容。2025 年，公司围绕数据安全与客户隐私保护，共组织专项培训 6 场，累计覆盖 570 人次。通过线上、线下相结合的培训形式，系统强化员工在数据采集、处理、传输等关键环节的安全意识与操作规范，积极推动形成“全员重视、全员负责”的数据安全文化。

案例 凤凰传媒开展“网安 2025”预演行动，筑牢网络安全防线

2025 年 7 月，为提升全员实战应对能力，凤凰传媒总部及各所属公司组织开展“网安 2025”专项预演行动。通过模拟真实黑客攻击，对全公司信息资产进行拉网式排查，并联动外部专业机构进行对抗演练。此次行动不仅发现并整改了 162 项深层风险，更通过“实战教学”大幅提升了技术团队的威胁识别与应急响应速度，为全年“零事故”奠定了坚实基础。

案例 凤凰传媒下属公司开展 APP 合规专项治理行动

2025 年 4 月，针对监管部门日益严格的隐私保护要求，凤凰传媒下属公司信息管理中心组织开展 APP 合规专项治理行动。通过下发合规指引、解析典型违规案例，指导各业务单元对照《中华人民共和国个人信息保护法》开展自查自纠。此次行动有效排查了潜在的隐私合规隐患，显著提升了业务开发人员与运营人员的法律合规意识，确保了公司数字化产品的健康运营。

影响、风险与机遇管理

未来，公司将持续把数据安全与客户隐私保护系统融入全面风险管理体系，深化以风险为导向、制度为保障、流程为支撑的闭环管理机制建设。

指标与目标

2025 年，公司未发生高危网络安全事件或客户隐私泄露事件，在重大活动保障期间实现了关键信息资产“零事故、零攻破”。全年被通报的安全问题数量同比大幅下降 81.6%，累计成功拦截互联网攻击超过 89 万次，所有发现的风险隐患均已完成整改，整改率达到 100%。

2025 年
1,678 人
参加客户隐私保护相关培训的
员工人数

96 场
客户隐私保护相关培训

供应链安全

我们视供应链安全为发展基石，持续优化供应链布局，坚持透明规范的采购原则，与供应商构建长期互信的合作关系，携手共建高效、稳健、可持续的负责任供应链生态。

供应链管理

我们坚持公开、公平、公正和诚实信用原则，严格遵循《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《政府采购非招标采购方式管理办法》等国家法律法规，建立了系统化的招标与采购管理体系，制定《招标与采购管理暂行办法》《供应商准入标准》等管理制度，确保采购活动合法、规范、透明。

在此基础上，2025 年我们重点聚焦印务供应商管理，全面优化升级管理机制，制定《凤凰传媒印务供应商综合评价分级管理办法》和《凤凰传媒中小学教科书印制质量要求和检验方法（试行）》等制度。在保留了准入评审与年度评估机制的同时，构建了科学的分级评价体系，推动供应商管理由“合格准入”向“分级优选”转型。同时，不断强化采购人员的责任意识与廉洁操守，共同营造规范、透明的采购环境。

凤凰传媒供应商管理机制

准入管理	<ul style="list-style-type: none"> 严把准入关，将审核通过的供应商纳入《合格供方清单》 设定明确的供应商资格审查标准，对近两年内因违规被行政处罚、经司法裁判认定存在严重违约行为，或有履约不良记录的供应商予以否决
评估与维护	<ul style="list-style-type: none"> 建立以“必备项 + 评分项”为基础的供应商综合评价与分级管理体系，通过设置品质、周期、服务、成本四大核心指标，对供应商进行量化评分与年度考核 依据考核结果将供应商划分为“重点、一般、储备、预备淘汰”四类，实施差异化合作管理 定期对重要供应商开展服务质量评估，确保供应表现满足业务需求 建立重大质量问题联动处置与一票否决机制
整改与退出管理	<ul style="list-style-type: none"> 若发现产品质量问题或服务不达标，使用部门和业务经办部门及时督促供方限期改进。必要时以书面《整改通知单》形式提出改进要求 对整改后仍不满足要求的供应商，经项目负责人批准后，取消其合格供方资格 对存在严重违约或不良行为的供应商列入黑名单 根据评估结果动态调整《合格供方清单》
供应商赋能	<ul style="list-style-type: none"> 通报并分析国家新闻出版署上一年度“315”教材印制质量检查结果、江苏省新闻出版局质检中心春秋两季教材印制质量检查结果，明确质量注意事项与改进要求 部署本年度教材印制工作，围绕“课前到书、人手一册”的任务，对质量管控、印制进度、服务保障等重点工作提出明确要求 组织印务供应商开展经验分享与问题协同研讨，持续推动供应链体系优化与能力提升

2025 年

67 家
印物供应商数量

62 家
其中获得质量体系认证

作者合作与内容生态建设

我们将内容创作者视为核心战略伙伴，也是我们知识供应链中最重要的内容供应商。我们通过建立并完善作者恳谈会等常态化沟通机制，切实将“以作者为本”的理念转化为可落地的合作行动，不仅以奖项激励、创作工作室共建等方式深度赋能创作者，更致力于构建长期、稳定、共赢的内容生态，保障优质文化内容的持续供给与创新活力。

案例 凤凰传媒举办“十五五”内容生产作者恳谈会

2025 年 12 月，凤凰传媒举办“十五五”内容生产作者恳谈会。公司领导与各领域重要作者及“凤凰好书”评委齐聚，聚焦原创深耕、数智赋能与文化遗产等议题，共商高质量内容生产策略。会议进一步强化了作者与出版方的战略协同，为提升内容创新力、品牌影响力与市场号召力奠定了坚实基础。



凤凰传媒举办“十五五”内容生产作者恳谈会

我们深耕原创出版体系，依托“凤凰好书”评选与“凤凰文学奖”两大品牌活动，构建覆盖创作、遴选、推广的全链条内容激励机制。我们紧密围绕国家重大战略和文化遗产使命，推出一批具有标志性的出版成果。

凤凰传媒供应商管理机制凤凰传媒在多个出版领域持续推出精品力作

国家重点出版项目 成果丰硕	《抗战旗帜毛泽东》《诗词中国》《大运河画传》《黄河画传》《长江画传》《登春台》等“十四五”国家重点出版物出版规划项目、国家出版基金项目顺利出版
学术著作 影响力突出	《中国甘薯》入选中国知网中国高被引图书 TOP 1%（2019—2023），彰显了其在相关学科领域的重要学术价值与影响力
大众出版 屡获佳绩	《自然而然：曾孝濂自传》《共和国 100 个经典民生设计》等 5 种图书入选 2024 年度“中国好书”，居全国第一，《创造属于我们这个时代的新文化》等 9 种图书入选 2025 年度“中国好书”月榜，多种图书荣获全国优秀科普作品奖、文津图书奖等重要奖项

案例 凤凰传媒举办 2025 凤凰文学之夜暨第四届凤凰文学奖颁奖典礼

2025 年 12 月，凤凰传媒在南京举办“2025 凤凰文学之夜暨第四届凤凰文学奖颁奖典礼”。本届奖项首次设立“年度青年作家”奖，实现“优秀作品”与“成长潜力”双轨并行的新格局。最终两部作品获评委会奖，80 后及 00 后两位青年作家获“年度青年作家”奖，现场同步发布 20 种“2025 年度凤凰好书”。“凤凰文学奖”聚焦未出版作品的发掘培育，打破传统出版壁垒，有效推动了原创文学的孵化与青年作家的培养。



“凤凰文学之夜”暨第四届凤凰文学奖颁奖典礼

乡村振兴

公司深入贯彻落实国家乡村振兴战略，以文化赋能乡村发展，推动教育、文旅与农业深度融合。依托外派干部扎根一线、桥梁纽带作用，精准对接乡村需求，通过拓展公共文化服务边界，创新乡村育人模式，振兴乡土文化，持续为构建城乡协同、优质均衡的高质量教育生态注入动能。

案例 凤凰传媒启动会 2025 年“凤凰少年书架”项目

2023 年至 2025 年，凤凰传媒联合共青团江苏省委在江苏多地启动“凤凰少年书架”公益关爱项目，聚焦 114 所“希望小学”和万名“事实无人抚养儿童”，开展图书捐赠、阅读陪伴与文化活动。累计捐赠图书 14.5 万余册、电子阅读产品 2.2 万余份，总价值超 1,300 万元，惠及 81 所乡村学校、1.1 万余名困境青少年，以优质阅读资源切实赋能乡村教育，让书香点亮少年梦想。



凤凰传媒启动会 2025 年“凤凰少年书架”项目

我们持续建设“江苏省数字农家书屋”，利用数字化手段推动文化惠民覆盖广大农村地区。截至 2025 年底，已实现全省 15,937 个行政村农家书屋全覆盖，平台总注册用户达 811 万人、总使用次数 1.33 亿次，全年更新图书 4,500 册左右，让书香浸润田间地头，有效打通了公共文化服务的“最后一公里”。



社会贡献

公司坚持与社会的真诚互动，倾力回馈社会，依托文化出版主业优势，通过灾害应急支援、社区共建、公益项目投入以及员工志愿服务等多种方式，持续开展有温度、有深度的社会贡献行动，在服务公众、传递善意中不断深化企业与社会的情感联结与价值共鸣。

文化惠民

我们始终将“文化惠民”作为履行社会责任的核心路径，围绕全民阅读、教育公平与公共文化服务，构建起覆盖城乡、贯通线上、线下、融合内容供给与人才培养的立体化服务体系。我们通过多元化的创新实践，将优质文化资源转化为可感可及的公众福祉，不断拓展文化惠民的广度与深度。我们设立“凤凰书架”品牌文化项目，在边疆校园、高校等场景精准投放优质图书与数字阅读资源，推动书香可及、阅读可享。

案例 凤凰传媒在拉萨江苏实验中学设立“凤凰书架”

2025 年 11 月，由江苏省对口支援拉萨前方指挥部与凤凰传媒共同建设的“凤凰书架”在拉萨江苏实验中学揭牌。凤凰传媒捐赠价值 10 万元的精品图书及“凤凰云阅读”数字资源，将优质阅读内容精准引入高原校园，打造可触可感的阅读空间。“凤凰书架”不仅丰富了边疆学生的阅读选择，也为促进教育公平、滋养青少年精神成长提供了切实支持。



凤凰传媒在拉萨江苏实验中学设立“凤凰书架”



公益慈善

我们在推动业务发展的同时，始终关注社会多元群体的切实需求，通过持续开展针对特殊群体的公益支持项目，传递文化关怀，促进社会包容，积极践行企业社会责任，助力构建和谐包容的社会环境。

案例 凤凰传媒开展“走进书城，走近书香”助残共建活动

凤凰传媒深刻意识到残疾人不仅需要物质帮助，更渴望丰富的精神文化生活。2025 年 6 月，凤凰传媒联合爱德基金会爱德慈佑院在南京凤凰国际书城举办“走进书城，走近书香”助残共建活动。活动组织残疾学员参观书城，并通过细致的讲解、图书导览以及座谈交流，帮助其沉浸书香氛围。此次活动，不仅为残疾学员提供了可感可及的优质文化体验，丰富了其精神世界，也生动延续了凤凰传媒在公共文化服务中的责任与实践。



凤凰传媒开展“走进书城，走近书香”助残共建活动

案例 凤凰传媒开展文化援藏交流合作项目

2026 年 8 月，党委书记、董事长章朝阳带领公司团队在西藏拉萨、林芝等地开展调研与文化援藏活动。公司向拉萨市新闻出版局捐赠价值 60 万元图书，向米林市和巴宜区教育系统各捐赠 10 万元图书，并与当地政府、教育部门就融合出版、数字农家书屋、“智羚学伴”平台及人工智能教材试点等达成合作意向。公司将深入推进“书香校园”建设，加快人工智能教材试点，策划“雪域书香·文旅拉萨”系列读物，打造沉浸式阅读空间，持续深化苏藏文化交流，为援藏事业贡献凤凰力量。



凤凰传媒开展文化援藏交流合作项目

2025 年，凤凰传媒组织员工参加省民政厅等 9 部门联合组织的“慈善一日捐”活动，为困难群众奉献爱心，助力解决人民群众急难愁盼问题。

2025 年
13.75 万元
“慈善一日捐”总计捐款



志愿者活动

我们积极组织和参与各类志愿服务活动，充分发挥公司在全民阅读推广、社区共建和公益帮扶中的引领作用。

案例 凤凰传媒举办“书香传爱·公益同行”社区淘书节

2025 年 4 月，凤凰传媒联合南京市百子亭社区党委，在社区举办“书香传爱·公益同行”淘书节义卖活动。凤凰传媒志愿者组织闲置优质课外读物义卖，将所得善款用于公益项目，倡导绿色阅读与资源循环利用。活动有效促进邻里交流，激发居民阅读热情，营造浓厚书香氛围，实现公益、环保与文化传播的多重社会效益。



凤凰传媒举办“书香传爱·公益同行”社区淘书节

2025 年
6,867 人次
员工志愿服务

15,377 小时
员工志愿服务总时长



展望未来

时间见证前行，奋斗定义未来。站在“十五五”规划启航的新起点，凤凰传媒将深入贯彻文化强国战略，锚定世界一流出版传媒企业愿景，坚定不移推动主业从“规模速度”向“质量效益”转型。我们将以数智化重塑出版生态，以绿色化引领低碳发展，持续深化全民阅读服务，用长期主义穿越产业周期。以价值创造为核，奋力谱写高质量发展新篇章，为中国式现代化江苏新实践贡献更多凤凰力量！

附录

可持续发展关键绩效

经济绩效

指标名称	单位	2024 年	2025 年
资产总额	亿元	307.47	305.58
营业收入	亿元	136.06	123.47
利润总额	亿元	22.66	18.32

治理绩效

公司治理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
董事会会议次数	次	7	6
专业委员会召开次数	次	8	9
董事会人数	人	11	11
非执行董事	人	9	9
女性董事	人	1	1
独立董事	人	4	4
董事会成员平均任期	年	4.09	4.82

商业道德

指标名称	单位	2024 年	2025 年
反商业贿赂及反贪污培训	场次	582	548
参与反商业贿赂及反贪污培训人数	人	4,401	4,496
董事高管参与培训	人	8	8
中层管理人员参与培训	人	777	726
普通员工参与培训	人	3,616	5,577
公平竞争培训	场次	97	102
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工比例	%	-	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事比例	%	-	100

注释：相关财务指标数据根据 2025 年年度报告数据调整。

指标名称	单位	2024 年	2025 年
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理人员比例	%	-	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的基层员工比例	%	-	100
发生商业贿赂及贪污事件	件	0	0
发生公平竞争争议事件	件	0	0
发生利益冲突事件	件	0	0
发生洗钱事件	件	0	0

风险管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
风险相关培训	场次	338	344
参与风险相关培训人次	人次	6,545	7,236
董事高管参与培训	人次	16	16
中层管理人员参与培训	人次	972	1,296
普通员工参与培训	人次	5,674	5,924

隐私与数据安全

指标名称	单位	2024 年	2025 年
参与隐私和数据安全培训	人	2,837	2,696
隐私和数据安全争议事件	件	0	0

知识产权管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
有效专利数量	项	37	18
完成专利数量	项	4	4
新增专利数量	项	4	5
版权	个	37,857	38,112
参与国家 / 行业标准制定	个	9	1

环境绩效

应对气候变化

指标名称	单位	2024 年	2025 年
温室气体排放总量 (范围 1+2)	tCO ₂ e	123,160.39	129,373.79
温室气体排放强度 (范围 1+2)	tCO ₂ e / 百万营收	9.05	10.48
按温室气体排放范围划分			
范围 1	tCO ₂ e	2,511.64	3,610.20
范围 2	tCO ₂ e	120,648.75	125,763.58
可再生能源发电量	MWh	1,700.00	2,109.78
太阳能发电节约标准煤量	吨标准煤	208.93	259.29

注释：2025 年外购电力排放因子采用《中华人民共和国生态环境部、国家统计局关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》（公告 2025 年第 47 号），全国电力平均二氧化碳排放因子为 0.5306 kgCO₂/kWh。

废弃物管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
废弃物产生总量	吨	13,155.25	5,671.70
按照废弃物类型分类			
无害固体废弃物	吨	12,993.08	5,510.85
无害固体废弃物产生强度	吨 / 百万营收	0.95	0.45
有害固体废弃物	吨	162.17	160.85
有害固体废弃物产生强度	吨 / 百万营收	0.01	0.01
废水排放总量	吨	468,291.02	382,047.54
废水排放强度	吨 / 百万营收	34.42	30.94
按废水类型分类			
办公生活废水	吨	433,679.88	345,121.87
生产物流废水	吨	34,611.14	36,925.67

资源利用与循环经济

指标名称	单位	2024 年	2025 年
能源消耗总量	MWh	238,259.54	255,514.82
能源消耗强度	MWh / 百万营收	17.51	20.69
按能源类型划分			
汽油	升	328,959.35	299,997.86
柴油	升	164,157.85	145,170.72
天然气	立方米	630,396.25	848,996.76

指标名称	单位	2024 年	2025 年
液化石油	立方米	17.60	449.88
电力总消耗量	MWh	224,020.89	236,616.38
外购电力使用量	MWh	222,580.89	234,950.42
自有光伏发电使用量	MWh	1,440.00	1,665.96
热力	MWh	755.90	775.87
热水	MWh	1,204.31	1,209.10
蒸汽	MWh	1,100.00	790.00
直接能源消耗量	MWh	11,178.44	16,123.47
间接能源消耗量	MWh	227,081.10	239,391.35
清洁能源消耗量	MWh	7,668.56	10,054.37
清洁能源消耗量占比	%	3.22	3.93
按清洁能源类型划分			
天然气	立方米	630,396.25	848,996.76
天然气占比	%	81.22	83.43
太阳能	MWh	1,440.00	1,665.96
太阳能占比	%	18.78	16.57
用水总量	吨	779,824.91	943,207.84
用水强度	吨 / 百万营收	57.32	76.39
废弃物回收及综合利用量	吨	773.84	359.22

原材料管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
纸张消耗总量	吨	113,481.92	106,860.88
按纸张种类划分			
环保纸张	吨	107,821.80	105,205.67
其他纸张	吨	5,660.12	1,655.21
环保纸张使用比例	%	95.01	98.45

环境管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
环境保护投入	万元	467.77	274.32
重大环保违法违规事件数量	件	0	0

社会绩效

员工保障

指标名称	单位	2024 年	2025 年
劳动合同签订率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
召开职工代表大会次数	次	1	1

员工结构

指标名称	单位	2024 年	2025 年
员工总数	人	8,422	8,211
劳务派遣员工人数	人	2,071	1,900
全职员工总人数	人	6,351	6,311
按民族划分的全职员工人数			
汉族	人	6,174	6,134
少数民族	人	177	177
按性别划分的全职员工人数			
女性	人	3,152	3,172
男性	人	3,199	3,139
按年龄划分的全职员工人数			
30 岁及以下	人	792	770
30-50 岁	人	3,886	3,856
50 岁及以上	人	1,672	1,685
按学历划分的全职员工人数			
研究生及以上	人	982	988
本科	人	2,938	3,029
专科及以下	人	2,431	2,294
按地区划分的全职员工人数			
中国（除港澳台）	人	6,247	6,211
海外	人	104	100
港澳台	人	0	0
高管人数			
高管总人数	人	7	7
女性高管人数	人	2	2
高管中的女性占比	%	28.57	28.57

员工流失

指标名称	单位	2024 年	2025 年
员工流失率	%	1.95	1.87
退休及身故员工总人数	人	439	333
员工流失总人数	人	124	118
按性别划分的员工流失总人数			
女性	人	72	68
男性	人	52	50
按年龄划分的员工流失总人数			
30 岁及以下	人	50	54
30-50 岁	人	66	57
50 岁及以上	人	8	7
按学历划分的员工流失总人数			
研究生及以上	人	30	26
本科	人	62	59
专科及以下	人	32	33
按地区划分的员工流失总人数			
中国（除港澳台）	人	124	114
海外	人	0	4
港澳台	人	0	0

员工招聘

指标名称	单位	2024 年	2025 年
新员工招聘总人数	人	194	193

员工关怀

指标名称	单位	2024 年	2025 年
帮扶困难员工投入	万元	90.79	75.94
帮扶困难员工人数	人	578	515
参加工会的员工比例	%	100	100

培训管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
员工培训投入	万元	548.20	496.65
员工培训人次	人次	29,243	28,762
员工培训总小时数	小时	114,493.01	119,819.04
女性	小时	66,674.17	60,589.43
男性	小时	48,268.84	59,229.61
高级管理层	小时	174.00	180.00
中级管理层	小时	14,659.77	14,906.40
普通员工	小时	100,109.24	104,732.64
参与培训员工总人数	人	6,062	5,795
女性	人	3,057	2,869
男性	人	3,005	2,926
高级管理层	人	6	7
中级管理层	人	491	382
普通员工	人	5,565	5,406
员工参与培训的人均时数	小时	18.03	18.99
女性	小时	21.81	21.12
男性	小时	16.06	15.55
高级管理层	小时	29.00	25.71
中级管理层	小时	29.86	39.02
普通员工	小时	17.99	17.90
员工培训覆盖率	%	95.45	91.82
女性	%	50.43	49.51
男性	%	49.57	50.49
高级管理层	%	0.10	0.12
中级管理层	%	8.10	6.59
普通员工	%	91.80	93.29

职业健康与安全管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
员工职业健康与安全培训	人次	7,243	7,933
员工工伤保险投入金额	万元	451.86	419.04
员工工伤保险覆盖人数	人	6,351	6,311
员工工伤保险覆盖率	%	100	100

职业伤害

指标名称	单位	2024 年	2025 年
因工伤损失工作日数	日	1,293.50	510.00
每百万营收因工伤损失工作日数	日 / 百万营收	0.095	0.040
因工亡故人数	人	0	0
每亿营收因工亡故人数	人 / 亿营收	0	0
因工亡故比率	%	0	0
工伤人数	人	-	5
工伤率	%	-	0.08
百万工时伤害率	小时 / 百万工时	639.57	325.96
职业病发生人数	人	0	0
职业病发生率	%	0	0

安全生产

指标名称	单位	2024 年	2025 年
应急演练活动	次	414	231
安全应急预案	个	212	332
安全生产投入	万元	-	2,056.11
安全生产投入占营业收入比例	%	-	0.17
发生安全事故数量	件	-	0
安全培训总时长	小时	-	60
人均安全培训时长	小时 / 人	-	4

注释：安全培训总时长及人均安全培训时长统计口径为凤凰传媒总部。

供应商管理

指标名称	单位	2024 年	2025 年
供应商总数	个	1,851	2,822
供应商通过质量管理体系认证的供应商	个	330	1,128
供应商通过质量管理体系认证的比例	%	17.83	39.97

客户隐私保护

指标名称	单位	2024 年	2025 年
报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及的金额	万元	0	0
客户隐私泄露事件涉及的具体金额	万元	0	0
违反数据泄露 / 客户信息泄露事件相关法律法规造成的损失	万元	0	0
涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的诉讼	件	0	0
参与客户隐私保护相关培训总时长	小时	649.00	648.50
客户隐私保护相关培训次数	次	127	96
参加客户隐私保护相关培训的员工人数	人	2,014	1,678
客户隐私保护相关培训覆盖率	%	31.71	26.59
开展外部信息安全审计的数量	件	-	4
消费者满意度	分	-	92.00

乡村振兴

指标名称	单位	2024 年	2025 年
支持乡村振兴总投入金额	万元	360.43	138.82
乡村振兴项目惠及人数	人	198,802	134,562
乡村振兴定点帮扶单位数	个	51	27
乡村振兴定点帮扶资金投入	万元	341.51	138.82

公益慈善

指标名称	单位	2024 年	2025 年
公益慈善项目总投入	万元	1,484.68	1,316.97
公益慈善受益人数	人	585,791	2,645,413
员工志愿服务人次	人次	7,599	6,867
员工志愿服务总时长	时	16,281.90	15,377.00

创新驱动

指标名称	单位	2024 年	2025 年
研发投入金额	万元	4,218.50	4,302.19
研发投入占营业收入比例	%	0.31	0.35
研发人员人数	人	105	108
研发人员占比	%	1.65	1.71
控股或参控股公司中通过高新技术企业认证的公司数量	家	-	4

报告指标索引

报告章节	上交所可持续发展报告(试行)》内容索引(14号)	GRI 标准
关于本报告	-	2-1; 2-2; 2-3; 2-4
董事长致辞	-	2-22
走进凤凰传媒	-	2-1; 2-6; 201-1
可持续发展治理	尽职调查 利益相关方沟通	2-9; 2-12; 2-13; 2-14; 2-15; 2-16; 2-17; 2-26; 2-29; 3-1; 3-2; 3-3; 201-2; 207-3
诚信合规为基石 稳健治理促发展		
党建引领	-	-
公司治理	-	2-9; 2-10; 2-11; 2-18; 2-19-2-20; 2-21; 2-23-2-24
风险管理与内部控制	-	2-27
反商业贿赂与反贪污	反商业贿赂与反贪污	2-25; 205
反不正当竞争	反不正当竞争	206
知识产权保护管理	-	-
出版伦理	科技伦理	-
平等对待中小企业	平等对待中小企业	-
环境优先为准则 循环共生促共赢		
应对气候变化	应对气候变化	305-1; 305-2; 305-3; 205-4; 305-5
环境合规管理	环境合规管理	
能源利用	能源利用	302
资源利用	水资源利用	303-3; 303-5
污染物排放	污染物排放	302-2; 303-4; 305-6; 305-7
废弃物处理	废弃物处理	306

报告章节	上交所可持续发展报告(试行)》内容索引(14号)	GRI 标准
循环经济	循环经济	301
生态系统和生物多样性保护	生态系统和生物多样性保护	101
责任担当为使命 优质服务促繁荣		
文化守护与传播	产品和服务安全与质量	416; 417
内容质量保障	产品和服务安全与质量	416; 417
科技创新	创新驱动	
员工权益与福利	员工	2-7,2-30; 201-3; 401; 405; 406; 407; 408; 409
员工培训与发展	员工	2-7; 404
职业健康与安全	员工	2-7; 403
消费者权益	产品和服务安全与质量	416
数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护	418
供应链安全	供应链安全	2-28; 204; 308; 414
乡村振兴	乡村振兴	413-2
社会贡献	社会贡献	413-1; 413-2
展望未来	-	-
附录		
经济绩效	-	201-1
治理绩效	-	-
环境绩效	-	302; 303; 305; 306
社会绩效	-	401; 403; 404; 405
指标索引	-	-
意见反馈	-	-

意见反馈

尊敬的利益相关方：

您好！非常感谢您阅读《江苏凤凰出版传媒股份有限公司 2025 年可持续发展报告》。

为发挥报告的沟通交流作用，我们真诚地期待您对本报告以及我们的相关工作提出宝贵意见和建议，帮助我们推进公司环境、社会及治理相关管理和实践。

反馈邮箱：zhengquan@ppm.cn



地址 /Add:南京市湖南路 1 号凤凰广场 B 座

电话 /Tel:025-51883338/ 025-83651217

E-mail:zhengquan@ppm.cn