

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**CITIC Limited**  
**中國中信股份有限公司**

(於香港註冊成立的有限公司)  
(股份代號：00267)

海外監管公告

此乃中信出版集團股份有限公司在二零二六年四月二十七日登載於中華人民共和國深圳證券交易所網站 ([www.szse.cn](http://www.szse.cn)) 關於 2025 年度環境、社會及治理報告。中信出版集團股份有限公司為中國中信股份有限公司的附屬公司。

股票简称：中信出版

股票代码：300788



公司官网：<https://www.citicpub.com>

联系地址：北京市朝阳区东三环北路27号嘉铭中心A座18层

联系电话：010-84156171

# 2025

## 环境、社会及治理(ESG)报告

ENVIRONMENTAL SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT

# Contents 目录

## 关于本报告

<b>第一章</b> <b>关于本报告</b>	[ 03 / P ]
第一节 报告说明	[ 03 / P ]
第二节 报告范围及边界	[ 03 / P ]
第三节 报告编制依据	[ 03 / P ]
第四节 信息来源	[ 03 / P ]
第五节 编制流程	[ 04 / P ]
第六节 审阅与批准	[ 04 / P ]
第七节 发布形式	[ 04 / P ]
第八节 货币单位说明	[ 04 / P ]
第九节 联系方式	[ 04 / P ]

## 董事长致辞

<b>第二章</b> <b>董事长致辞</b>	[ 05 / P ]
----------------------------	------------

## 关于中信出版

<b>第三章</b> <b>关于中信出版</b>	[ 07 / P ]
第一节 传承文明 创新服务	[ 08 / P ]
第二节 荣誉及成就	[ 13 / P ]

## 构筑可持续未来

<b>第四章</b> <b>多元实践 锚定可持续发展目标</b>	[ 15 / P ]
-------------------------------------	------------

## 专题

<b>第五章</b> <b>践行文化使命，服务国家战略与社会发展</b>	[ 21 / P ]
第一节 服务国家重大战略，推动文化自信自强	[ 22 / P ]
第二节 聚焦乡村振兴与精准帮扶，践行文化公益使命	[ 26 / P ]
第三节 倡导全民阅读，创新阅读服务生态	[ 28 / P ]
第四节 关注社会民生议题，拓展公益服务边界	[ 30 / P ]

## 党建引领

<b>第六章</b> <b>党建引领</b>	[ 33 / P ]
第一节 强化政治引领,把准企业发展方向	[ 34 / P ]
第二节 完善治理体系,推动党建与业务深度融合	[ 35 / P ]
第三节 深化纪律作风建设,营造风清气正生态	[ 36 / P ]

## 治理篇

<b>第七章</b> <b>强化公司治理</b>	[ 41 / P ]
第一节 完善治理架构,筑牢决策根基	[ 42 / P ]
第二节 健全制度体系,规范治理运行	[ 45 / P ]
第三节 深化 ESG 管治,赋能可持续发展	[ 46 / P ]

<b>第八章</b> <b>内控与合规经营</b>	[ 47 / P ]
------------------------------	------------

第一节 公司内控合规体系	[ 48 / P ]
第二节 投资者关系管理与信息披露	[ 50 / P ]
第三节 保护股东、债权人与关联交易管控	[ 51 / P ]

<b>第九章</b> <b>风险管理</b>	[ 53 / P ]
---------------------------	------------

第一节 系统化的风险管理体系	[ 54 / P ]
第二节 重大风险的识别、评估与应对	[ 55 / P ]
第三节 前瞻应对新兴与转型风险	[ 56 / P ]

<b>第十章</b> <b>利益相关方与实质性议题</b>	[ 57 / P ]
----------------------------------	------------

第一节 利益相关方沟通	[ 58 / P ]
第二节 重要性议题分析	[ 59 / P ]

<b>第十一章</b> <b>经济绩效与税务</b>	[ 61 / P ]
-------------------------------	------------

第一节 经济绩效	[ 62 / P ]
第二节 税务实践	[ 62 / P ]

<b>第十二章</b> <b>商业道德</b>	[ 63 / P ]
----------------------------	------------

第一节 商业道德规范与制度建设	[ 64 / P ]
第二节 商业道德监督、举报机制	[ 64 / P ]
第三节 商业道德文化建设与培训宣贯	[ 65 / P ]
第四节 供应链商业道德延伸与共建	[ 66 / P ]

<b>第十三章</b> <b>供应链管理</b>	[ 67 / P ]
-----------------------------	------------

第一节 供应链治理体系	[ 68 / P ]
第二节 可持续供应链	[ 69 / P ]
第三节 平等对待中小企业	[ 70 / P ]

## 环境篇

<b>第十四章</b> <b>应对气候变化</b>	[ 73 / P ]
------------------------------	------------

第一节 应对气候变化治理	[ 74 / P ]
第二节 应对气候变化战略	[ 74 / P ]
第三节 气候变化影响、风险及机遇管理	[ 75 / P ]
第四节 气候变化指标与目标	[ 76 / P ]

<b>第十五章</b> <b>环境合规管理</b>	[ 77 / P ]
------------------------------	------------

第一节 完善环境管理体系,筑牢绿色发展根基	[ 78 / P ]
第二节 推行绿色供应链管理,促进物料循环利用	[ 78 / P ]
第三节 创新绿色设计与技术应用,驱动产业升级	[ 80 / P ]
第四节 践行绿色办公与节能降耗,打造低碳运营空间	[ 80 / P ]

## 社会篇

<b>第十六章</b> <b>合规雇佣</b>	[ 83 / P ]
----------------------------	------------

第一节 招聘体系建设	[ 84 / P ]
第二节 员工反歧视与多元化管理	[ 86 / P ]
第三节 民主管理与沟通	[ 87 / P ]

<b>第十七章</b> <b>员工薪酬、福利</b>	[ 89 / P ]
-------------------------------	------------

第一节 薪酬管理体系	[ 90 / P ]
第二节 员工福利体系	[ 90 / P ]
第三节 文体活动	[ 91 / P ]

<b>第十八章</b> <b>员工培训与发展</b>	[ 93 / P ]
-------------------------------	------------

第一节 员工培训管理	[ 94 / P ]
第二节 人才发展	[ 95 / P ]

<b>第十九章</b> <b>职业健康与安全</b>	[ 97 / P ]
-------------------------------	------------

第一节 职业健康管理	[ 98 / P ]
第二节 安全生产管理	[ 98 / P ]

<b>第二十章</b> <b>产品与服务</b>	[ 103 / P ]
-----------------------------	-------------

第一节 产品质量管理体系与制度	[ 104 / P ]
第二节 客户服务	[ 108 / P ]

<b>第二十一章</b> <b>研发创新</b>	[ 109 / P ]
-----------------------------	-------------

第一节 研发管理体系	[ 110 / P ]
第二节 创新成果展示	[ 112 / P ]
第三节 鼓励研发创新	[ 113 / P ]
第四节 知识产权保护	[ 114 / P ]
第五节 遵守科技伦理规范	[ 114 / P ]

<b>第二十二章</b> <b>信息安全与隐私保护</b>	[ 115 / P ]
----------------------------------	-------------

第一节 信息安全管理	[ 116 / P ]
第二节 数字化建设 / 管理	[ 117 / P ]

## 附录

关键治理绩效	[ 119 / P ]
关键经济指标	[ 119 / P ]
环境绩效表	[ 120 / P ]
雇佣	[ 121 / P ]
职业健康与安全生产相关	[ 122 / P ]
员工薪酬及社会保障相关	[ 123 / P ]
员工教育培训	[ 123 / P ]
研发创新	[ 124 / P ]
社区投资	[ 124 / P ]
深圳证券交易所披露指标索引	[ 125 / P ]
GRI 披露指标索引	[ 126 / P ]

# 第一章 关于本报告

## 报告说明

本报告是中信出版集团股份有限公司(以下简称“中信出版”“本公司”“公司”“我们”)发布的第二份环境、社会及治理(ESG)报告(暨公司的可持续发展报告)。本报告旨在客观、规范、透明和全面地披露中信出版集团股份有限公司2025年在治理、经济、环境与社会领域的实践与绩效。利益相关方可通过本报告书了解公司在可持续发展各方面的绩效,共同落实ESG目标。

本报告为年度报告。

## 报告范围及边界

报告时间范围:本报告数据收集期间为2025年1月1日至2025年12月31日。

报告组织范围:本报告中提供的政策及数据涵盖本公司及附属公司,报告范围与年报一致。

若披露范围与前述有异,将在所属章节中单独注明。

## 报告编制依据

本报告依据深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告(试行)》《上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》中对上市公司环境、社会及治理责任信息的披露要求,结合全球可持续发展标准委员会(GSSB)《可持续发展报告标准》(GRI Standards)、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-CSR 4.0/ESG 5.0)并参考与回应了联合国可持续发展目标(SDGs)及气候相关财务信息披露工作组(TCFD)框架下的信息披露要求。

公司依据“准确性”“平衡性”“清晰性”“可比性”“完整性”“可持续发展背景”“时效性”“可验证性”等八项原则编制本报告,以确保报告信息内容与呈现方式的质量。

## 信息来源

本报告所使用的信息、数据和案例,来自公司的统计报告、相关文档、内部沟通文件及公开资料。如无特别说明,本报告涉及财务数据均来自于公司年度财务数据,其他数据来自公司内部统计和汇总的信息。

董事会对报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

## 编制流程

本报告以公司社会责任实践为基础,按照“ESG报告编制工作启动会议——组建并成立环境、社会及治理(ESG)工作领导小组——ESG工作领导小组制定报告编制方案并进行工作分配——发布利益相关方问卷进行调研——确定公司实质性议题——制定报告编制方案并确立报告框架——收集报告素材——报告编制、内部研讨和修订——报告设计——管理层与董事会评审——报告发布并收集反馈意见以持续改进”的流程进行。

## 审阅与批准

本报告经管理层确认,于2026年4月27日获董事会审批通过,董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

## 发布形式

本报告发布中文版,以PDF电子文档形式在深圳证券交易所(www.szse.cn)和中信出版集团股份有限公司官方网站(<https://www.citicpub.com/>)供查阅和下载。

## 货币单位说明

如无特殊说明,本报告披露金额均以人民币元(CNY)计量。

## 联系方式

如您对本报告书有任何建议,欢迎通过以下联络方式与公司联系:

地址:北京市朝阳区东三环北路27号嘉铭中心A座18层

电话:010-84156171

传真:010-84156171

信箱:IR@citicpub.com

网站:<https://www.citicpub.com>

## 第二章 董事长致辞

尊敬的各位股东、合作伙伴、读者朋友及全体同仁：

文化兴则国运兴，阅读强则民族强。在全面推进中国式现代化与文化强国建设的新征程上，我们深入学习贯彻习近平文化思想，全面落实全国宣传思想文化工作会议精神，紧扣“七个着力”重大要求，锚定文化强国建设目标勇毅前行。“支持出版业繁荣发展”“支持实体书店发展”历史性首次写入政府工作报告，与《全民阅读促进条例》正式施行同频共振、同向发力，标志着全民阅读、出版产业与文化空间建设已上升为国家战略层面的重要部署，为新时代文化事业高质量发展指明了前进方向、提供了坚实支撑。作为国有文化上市企业，中信出版始终心怀“国之大者”，以服务文化强国、助力全民阅读为使命担当，将ESG理念与国家文化战略深度融合，以内容为根基、以阅读为纽带、以责任为底色，在高质量发展与高水平社会责任实践中，书写新时代出版企业的时代答卷。

2025年，我们始终坚守文化使命与出版初心，将全民阅读政策体系转化为战略行动与实践成效。我们深刻认识到，出版业是文化传承的核心载体，实体书店是城市文明的精神地标，全民阅读是提升国民素

养、凝聚民族精神、增强文化自信的基础工程。中信出版立足“促进中华优秀传统文化传播和世界文明交流互鉴”核心定位，以优质内容创作、头部IP运营、智能化数智生产为核心竞争力，构建图书出版发行、数智知识服务、城市文化空间、IP全链路运营四大支柱业务，以系统化布局、体系化推进、全链条赋能，推动全民阅读从政策倡导走向深度落地，从文化活动升级为生活方式，从个体行为拓展为全民共识。

**在服务出版业繁荣发展上**，我们坚持精品立社、内容为王，以思想引领筑牢全民阅读之基。我们聚焦国家战略、时代命题与人民需求，深耕主题出版、财经社科、前沿科技、少儿成长、文学艺术、传统文化等核心领域，以世界级视野打造兼具思想高度、文化深度与市场温度的精品出版物，报告期内，荣获各类图书奖项570种，以高品质内容供给夯实文化强国根基。我们坚持全球视野与本土原创并重，全年输出版权425项，推动中国内容、中国故事、中国精神走向世界，以出版繁荣助力中华文明传播力、影响力持续提升。我们以夸父AI数智平台赋能全产业链，重构内容生产、编辑审校、营销分发全流程，以新质生产力驱动出版行业转型升级，为出版业高质量繁荣发展注入科技动能。

**在支持实体书店高质量发展上**，我们坚守阵地使命，将文化空间打造为全民阅读的物理载体与精神地标。我们积极响应国家号召，将中信书店定位为公共文化服务重要阵地与全民阅读核心触点，布局机场、商务区、城市社区与核心商圈，构建覆盖广泛、触达便捷、体验优质的公共阅读网络。我们推动书店从传统零售向文化空间转型，融合阅读推广、文化活动、知识分享、文创体验与公共服务于一体，让实体书店成为城市文化客厅、阅读推广阵地与精神文明窗口。旗下多家门店获评示范书店、最美书店与公共文化服务优秀案例，以空间之美承载阅读之光，以实体之稳守护文化之根，让“支持实体书店发展”的政策导向转化为可感知、可体验、可共享的文化成果。

**在推进全民阅读纵深发展上**，我们坚持普惠均等、覆盖全民，以系统化行动服务人民精神文化需求。我们构建覆盖全年龄段、全场景、全群体的阅读服务体系，聚焦青少年成长、老年文化生活、特殊群体权益、乡村乡村振兴等重点方向，以精准服务推动阅读公平。我们深化政企协同、校地合作、城乡联动，打造企业阅读、校园阅读、社区阅读、乡村阅读多元场景，以文化扶智助力共同富裕。我们以数智技术打破阅读边界，升级中信书院数字平台，构建AI知识服务体系，让优质内容突破时空限制、触

达千家万户，真正实现“人人皆可阅读、时时皆可阅读、处处皆可阅读”。

**在守护行业生态与可持续发展上**，我们坚持正本清源、规范发展，以知识产权保护筑牢产业底线，以现代化公司治理保障稳健运营，以绿色出版推动全产业链低碳转型，形成内容优质、空间优质、服务优质、治理优质的良性发展格局，为全民阅读、出版繁荣与实体书店发展营造健康有序、可持续的生态环境。

中信出版将始终心怀家国、肩负担当，以更高站位、更宽视野、更实举措，把全民阅读战略、出版强国目标与企业可持续发展深度融合，以文载道、以书育人、以读润心，让书香充盈华夏大地，让文化凝聚民族力量，为建设社会主义文化强国、推进中国式现代化贡献中信出版的智慧与力量！

最后，谨向长期以来关心、支持中信出版的各位朋友、同仁致以诚挚谢意！愿我们以书香为伴，以文化为翼，共筑民族复兴的精神家园！

陈伟

中信出版集团股份有限公司 董事长

### 第三章

## 关于中信出版

### 以书载道 以信致远

这是一个思想激荡、知识奔涌的时代,也是一个文化自信、价值重构的时代。在技术革命重塑信息格局与中华民族伟大复兴的宏大叙事中,出版,被赋予了新的使命——它不仅是知识的载体,更是思想的灯塔、文化的基因和时代精神的塑造者。中信出版,立于这时代浪潮之巅,始终以“提供知识,以应对变化的世界”为初心,在坚守与创新中,开拓着知识服务的广袤疆域,担当起连接历史与未来、中国与世界的人文使者。

作为中国领先的综合文化服务提供商,中信出版深耕于思想的沃土,致力于将优质内容转化为驱动个人成长、商业进步与社会文明的力量,以书为媒,承载智慧之道;以信为基,抵达至善致远之境。通过精益求精的图书产品、前瞻多元的知识服务体系与沉浸创新的文化体验,持续点亮阅读之光,启迪理性与智慧,积极服务全民阅读国家战略,为建设书香社会、增强文化自信贡献坚实的企业力量。

2025年,中信出版继续执时代之笔,绘发展新卷。公司深耕内容产业核心,持续强化全球优质内容的聚合与原创孵化能力,以前沿科技赋能出版全链条,积极探索产业数字化转型与融合发展的“第二曲线”。公司以出版为坚实轴心,正构建一个集AI出版、数字阅读、新型连锁书店、教育培训、文化增值服务的内容生态,矢志不渝地向具有全球视野、中国特色的卓越文化品牌迈进。

## 第一节 传承文明 创新服务

全球合作作者

超 **13,000** 位

累计出版图书

逾 **12,000** 种

报告期内,  
荣获各类图书奖项

**570** 种次

中信出版(股票代码:300788.SZ),隶属于中国中信集团有限公司,是国内首家由中央企业主管主办的图书出版机构,拥有全面的出版与发行资质。公司成立于1993年,于2008年改制为股份有限公司,2013年组建为集团,并于2019年7月在深圳证券交易所成功上市,成为大众出版领域的领军企业。作为全国一级出版社和百佳图书出版单位,集团始终坚持正确的出版导向,社会效益与经济效益并重,屡获“国家文化出口重点企业”“中国出版政府奖先进出版单位奖”等国家级荣誉。

公司深耕内容创作,至今已与全球超13,000位作者合作,累计出版图书逾12,000种,覆盖大众出版主要领域,报告期内,荣获各类图书奖项570种次。同时,中信出版深度践行国家文化“走出去”战略,面向40余个国家累计输出图书版权3,000项,与29个“一带一路”国家的出版社建立了版权贸易往来合作。

在巩固图书出版核心主业的同时,集团大力拓展创新业务。在数智服务领域,依托图书和作者资源,底层构建“知识精粹”数据库,中间层围绕国家战略重点议题和产业升级需求开发、组合各主题的内容模块,全面升级“中信书院”App及拓宽新媒体矩阵覆盖。在线下领域,运营的“中信书店”网络已服务超4亿客群,书店转型为融合图书、文创、展览等多业态的城市文化空间。在AI创新领域,自主研发“夸父AI”数智出版平台,技术赋能全业务链条、全流程关键环节,显著提升内容生产与传播效率。未来,中信出版致力于通过科技驱动,构建一个覆盖阅读、学习与文化消费全场景的立体知识服务体系,努力成为具有全球影响力的综合文化服务提供商,为建设文化强国贡献重要力量。

### 多元业务生态协同发展

中信出版始终坚守“内容为王”，通过专业的策划编辑能力和全球化的版权资源网络，持续打造具有市场影响力和文化传承价值的精品内容。同时，公司大力推进数字化转型，将传统出版优势与数字技术深度融合，拓展知识服务的边界与形态，并积极运营线下文化空间，打造城市文化地标，实现社会效益与经济效益的统一。

2025年，公司认真研究制定“十五五”时期发展规划，定位于发挥“促进中华优秀文化传播和世界文明交流互鉴”的核心功能，全力铸就“优质内容创作”“头部IP运营”“智能化生产”三大核心竞争力，构建“一三四九”战略体系，即聚焦“一个目标”，推进“三个转型”，打造“四个支柱”，实施“九大工程”。

<p><b>一个目标</b></p> <p>“一个目标”，即致力于成为科技驱动的、影响力世界一流的文化传媒和智库集团，全力服务文化强国建设。</p>	<p><b>四个支柱</b></p> <p>“四个支柱”，即打造图书出版发行、数智服务、城市文化空间运营、IP运营四个业务支柱。</p>
<p><b>三个转型</b></p> <p>“三个转型”，即由单一图书出版商向综合知识服务商转型，向AI技术驱动的科技应用公司转型，向新型文化消费供应商转型。</p>	<p><b>九大工程</b></p> <p>通过“九大工程”做强主业、打造第二增长曲线，助推公司市值跃升新位面。包括“一核两翼”优质内容工程、国际交流和传播工程、知识服务升级工程、中信书店强核工程、IP运营工程、资本运作工程、协同增效工程、人才强企工程和精细化管理工程。</p>

### 图书出版与发行业务

自运营和深度合作的新媒体号粉丝量约

**1.34** 亿人

超百万册销量的图书累计近

**50** 种

该业务板块涵盖从图书策划、版权引进、编辑制作到全渠道发行的完整产业链，核心定位为书香社会建设的重要力量，推动中华文化更好走向世界。

报告期内，公司出版图书荣获“中国好书”、文津图书奖、冰心儿童图书奖、动漫金龙奖等各类图书奖项570种次，获奖图书深入解读中国式现代化，深刻阐释中国道路，洞察未来科技创新，弘扬中华文化之美，增强人民精神力量。

公司全年对外输出版权425项，参加多个“一带一路”国家的重要文化和学术平台展示活动，出品的“悟空”“哪吒”“白蛇”等传统文化IP类图书受到海外读者热捧，实现了从“版权输出”到“内容传播、品牌塑造与国际文化交流”的多维跃升。公司成功举办2025年国际合作伙伴交流会、陆海财经论坛等活动，丰富世界文明百花园，宣扬中国道路、中国实践、中国理论，助力增强中华文明的国际认同感和影响力。

大众图书出版持续领先，影游漫IP图书增长强劲。根据开卷报告，2025年公司在全国图书零售市场中居单体出版社首位；细分品类中，经济与管理、传记、艺术

类排名第一，自然科学类位居第二，少儿类位居第三。公司新孵化的影游漫IP图书，在《哪吒·三界往事》《哪吒之魔童闹海艺术设定集》“黑神话·悟空”《影神图》等爆款产品的带动下，市场占有率跃居细分品类第一。

公司持续改革选题机制，针对不同品类组建专业选题委员会，积极策划、主动组稿、陪伴写作。营销发行端深化渠道精细化运营，通过客户分级、产品标签化，针对不同平台特性制定差异化销售方案，全面优化重印自动化模型，控价能力和周转效率进一步提升。“超新星计划”迭代升级为“满天星计划”，发动全体员工通过新媒体号矩阵直接面向读者推介图书，目前公司自运营和深度合作的新媒体号粉丝量总计约1.34亿人。

报告期内，公司出品的《全球视野下的投资机会》《大道：段永平投资问答录》《2049：未来10000天的可能》《要有光》《妙探寻凶》《万物的童话》《思接千载：115件文物里的古代中国》《蛋君伴学漫画》系列等众多畅销新书。此外，公司加强经典畅销书运营，《思考，快与慢》《当下的力量》《人类简史》《原则》《崔玉涛育儿百科》等持续保持热销。截至2025年底，公司超百万册销量的图书累计近50种。

### 数智服务业务

该业务板块是公司数字化转型与价值延伸的关键引擎，由原知识服务业务升级而来，依托图书和作者资源，发挥紧跟时下重点、热点议题和专业权威解读的优势，底层构建“知识精粹”数据库，中间层围绕国家战略重点议题和产业升级需求开发、组合各主题的内容模块，应用层进一步升级面向C端的中信书院App，并于9月推出面向B端的企业学习平台。

公司积极与国内外知名作者、学者、研究人员合作，加强“知识共同体”打造，构筑权威内容源壁垒；完善会员权益体系和政企服务体系，为后续商业化推广打好基础。截至2025年底，中信书院App和新媒体矩阵覆盖用户超1,500万人，年度内容播放量超2亿。年度新增政企机构客户450余家，举办企业阅读活动超200场。



2025年中信出版畅销书籍

中信书院 App 和新媒体矩阵覆盖用户

超 1,500 万人

年度内容播放量

超 2 亿

### 城市文化空间运营业务

开展新书发布会、作家见面会等各类读书活动

300 余场

IP 衍生品销售规模

超 5,000 万元

2025 年, AI 技术赋能全业务线、全流程关键环节, 积极探索商业化。夸父 AI 平台对图书出版全链路赋能, 实现大幅提质增效: 书稿翻译周期缩短 90%, 翻译质量超出外包翻译水平, 特别对于 200 万字左右的超长文本翻译, 在专业术语和出版级流畅度方面领先市场; 可处理 80% 的审校基础工作, 错误检出率提升 15 个百分点; 实现编、排、校、印全流程无缝衔接, 整体出版效率大幅提升, 部分图书的出版周期可缩短至原来的 1/3; 营销文案生成时间缩短至 10 分钟, 视频生产效率提升 5—10 倍, 全年支持各业务线产出视频 5,000 多条。“知识精粹” AI 知识库已嵌入企业学习平台, 并已生产 4,000 多条内容。报告期内, 公司研发了图书智能体产品, 支持用户与图书智能体进行深度对话, 致力于以“作者式的思想结构、本体驱动的概念理解、可引用出处的推理解答”, 为用户构建跨学科的知识网络和持续推理进化的知识服务。

该板块由原文化消费业务演进而来, 聚焦于线下文化体验场景的打造与运营, 核心品牌为“中信书店”, 定位为城市文化空间运营服务商, 是打造全民阅读的重要触点; 同时以“谷知谷知”为品牌拓展 IP 衍生新零售, 实现业态突破。

中信书店强化不同店型的定位和拓展方向: 商务店深挖商圈企业服务商机, 机场店发挥品牌展示效能, 城市社区店紧抓全民阅读推广的政策机遇, 积极拓展与地方政府和企业合作。通过举办新书发布会、作家见面会、艺术展览等文化活动, 强化与读者的情感联结和品牌体验, 实现线下流量汇聚与品牌价值增值, 与线上业务形成有效互补与协同。2025 年, 开展新书发布会、作家见面会等各类读书活动 300 余场, 获得了来自政府、行业及读者的广泛认可, 塑造了“AIWorkshop”“一时 Link”“思想剧场”等 IP 活动品牌。打造线上线下互动的书单媒体, 推出跳岛 FM、信睿 Talk 两档播客, 并延展出播客读书会、信睿读书会、双创沙龙、产业论坛等活动产品。同时, 报告期内中信书店旗下 11 家书店获北京市公共文化服务和阅读文化服务奖励, 1 家门店获评北京市科普阅读推广典型案例, 雄安新区店荣获“雄才会客厅”称号, “致·好奇心——DK50 周年自然典藏百科展”荣获 2025 年 ICSC MAXI Awards 全球购物中心整合营销银奖。

“谷知谷知”以 IP 衍生品零售为切入口, 借助图书出版的 IP 端资源优势, 与动漫、游戏、影视、综艺类百余种头部 IP 达成合作, 搭建衍生品自研和货盘体系, 以及自营店和分销体系。报告期内, 共开设 2 家主题店、3 家快闪店, 组织 5 场主题展销, 销售规模超 5,000 万元, 进一步拓展了文化消费的边界与形态。

### 发展历程



2025

IP 业务成为增长引擎, 确立了四大业务支柱的“十五五”发展规划

2024

重组七大出版事业部, 推出“谷知谷知”动漫品牌

2023

上线夸父 AI 数智出版平台, AI 赋能出版全流程, 获评国家文化出口重点企业

2021

成立动漫事业部, 启动 AIGC 技术探索, 开启 IP 化与数智化转型

2019

中信出版在 A 股市场上市, 成为国有控股出版企业

2013

中信出版发展为中信出版集团, 业务范围逐步扩展至出版、发行、零售全链条

2008

中信出版进一步改制为股份有限公司, 被列为文化体制改革试点单位, 推动市场化转型

1993

正式注册为中信出版社

1988

获新闻出版署批准设立

## 第二节 荣誉及成就

### 获奖情况

2025年,公司累计斩获  
各类图书奖项

570 种次

版权输出签约

425 项

中信出版凭借卓越的内容品质、创新的运营模式及积极的社会贡献,在出版界及社会各界赢得了广泛赞誉与多项权威荣誉,体现了公司在文化传播、质量管理与社会责任方面的卓越水平。

公司历来重视出版物的社会价值与专业品质,多次荣获国家级图书大奖,如“中国出版政府奖”“中华优秀出版物奖”等,并有大量图书入选国家各类重点出版规划及推荐书目,公司自身也屡获“国家文化出口重点企业”等综合性荣誉,荣获“全民阅读创新服务典范优秀组织单位”“书香企业”等称号,连续第三次入选抖音“IP PRO 真知奖”年度品牌。

2025年,中信出版延续了其在内容创新与品牌建设方面的优异表现。公司出版的多种图书荣获年度重要图书奖项,入选国家级推荐榜单。2025年,公司累计斩获“中国好书”、文津图书奖、冰心儿童图书奖、动漫金龙奖等各类图书奖项 570 种次;版权输出签约 425 项,再度获评 2025—2026 年度“国家文化出口重点企业”等。

### 中信出版参与的协会及资格

协会名称	资格
中国出版协会	副理事长单位
中国版权协会	常务理事单位
中国编辑学会	常务理事单位
中国经济传媒协会	常务理事单位
中国新闻文化促进会	常务理事单位
中国动画学会	理事单位
中国生产力学会	理事单位
韬奋基金会	理事单位
中国图书评论学会	会员单位
中国音像与数字出版协会	会员单位



## 第四章

# 多元实践 锚定可持续发展目标

### 根植出版初心 共赴可持续发展之约

中信出版集团作为立足中国、面向全球的国有头部文化出版企业,结合联合国可持续发展目标(SDGs)指引,将全球共同愿景深度融入企业发展战略与出版经营实践,把可持续发展理念根植于内容创作、出版运营、文化传播、社会责任的每一个环节。公司立足出版产业特色与文化传播使命,锚定 SDGs 核心方向精准发力,在推动自身高质量发展、打造精品出版生态的同时,主动践行文化责任、深耕社会价值、完善治理体系,以实际行动回应时代文化诉求,致力于在文化繁荣、产业升级与社会贡献的协同共进中,为实现全球可持续发展目标注入文化出版力量,让可持续发展的理念转化为推动出版行业进步、赋能社会文化发展的实际成效。

### 公司可持续行为与联合国可持续发展目标 (UNSDGs)

#### 1 无贫穷



- 公司制定了公平合理的薪酬制度,以“按劳分配、按绩取酬、兼顾公平、赏罚分明”的原则按时足额支付员工薪酬。以公平激励、价值导向为方向,通过精准的举措设计与动态优化执行,保障了员工的合法权益与合理回报。
- 聚焦女职工、困难职工等重点群体,精准对接需求,用温情服务切实解决职工急难愁盼问题。2025年,针对困难职工及日常关怀,发放生病住院员工慰问金10人次、员工直系亲属去世慰问金5人次。

#### 2 零饥饿



- 公司全年采购脱贫地区农产品81.67万元,打造“信选风物”帮扶品牌,挖掘多地文化资源推出特色文创,并依托中信书店探索“出版+文旅+风物”联动模式,构建长效化、市场化的消费助农机制,以文化赋能激活乡村资源。

#### 3 良好健康与福祉



- 为正式员工缴纳补充医疗保险,为所有在职人员(含实习生)缴纳意外险,实现社会保险覆盖率100%,构建多层次风险保障网络,减轻员工医疗负担。
- 每年组织一次全员健康体检,建立员工健康档案,对健康风险进行早筛查、早干预,引导员工养成健康生活方式,提升健康管理意识。
- 针对消防、用电、资产、食品、公众、从业人员、信息七大核心安全事项,制定标准化管控要求,实现全维度、精细化管控。
- 2025年,通过开展生日福利、节日福利、消费金等各类福利项目,全年服务职工超6300人次,实现职工福利全覆盖。

#### 4 优质教育



- 公司通过整合内外部资源、由中信出版创新学院主导实施搭建数字化平台,构建“线下+线上”融合的培训支撑体系,2025年,公司成功策划实施144项培训活动,培训人次13,407人,人均培训时长达49小时。
- 公司在中信集团帮扶援藏区县建成30个梦想书屋,捐赠各类图书1.39万册,开展12场主题梦想课堂,创新推出沉浸式传统文化科普展,不断开阔乡村学生视野,激发学习兴趣。

#### 5 性别平等



- 全面落实女性员工劳动保护各项政策,依法为女性员工提供产假、哺乳假、育儿假等各类法定假期福利,切实保障女职工身心健康与合法权益。公司实行男女同工同酬,凡由于工作需要符合招工条件的女性,享有男女平等的就业权利,在录用职工时,除国家规定的不适合女性的工种或者岗位外,不以性别为由拒绝录用妇女或者提高对妇女的录用标准,禁止以任何形式歧视女工和孕期女工。

#### 6 清洁饮水和卫生设施



- 部分中信书店为顾客免费提供直饮纯净水以及急救医药箱,以备顾客不时之需。

#### 7 经济适用的清洁能源



- 在能源管理上,公司持续优化用电策略。办公场所均采用高效节能的LED照明设备,并合理设置空调运行温度与时间,倡导“人走灯灭、人离机关”的用电习惯。

#### 8 体面工作和经济增长



- 基于《中信集团职能部门招聘管理办法》《关于进一步规范校园招聘工作的意见》等文件要求,系统搭建公司招聘体系建设、渠道管理及实施流程,使公司在保障公平就业、优化人才配置、防控用人风险等方面完善雇用实践,员工劳动合同签订率达到100%,实现全员合规签约全覆盖;报告期内未发生任何劳工歧视、雇用童工及强迫劳动相关事件,用工管理合规有序。
- 2025年,营业收入170,214.80万元,较去年增长0.87%。
- 公司遵守国家和地方税务管理,诚实纳税以支持政府促进经济增长,尽到了作为纳税义务人所应承担的社会责任。

#### 9 产业、创新和基础设施



- 公司全年对外输出版权425项,参加多个“一带一路”国家的重要文化和学术平台展示活动,出品的“悟空”“哪吒”“白蛇”等传统文化IP类图书受到海外读者追捧。
- 公司积极与国内外知名作者、学者、研究人员合作,加强“知识共同体”打造;中信书院App和新媒体矩阵覆盖用户超1,500万,年度内容播放量超2亿。年度新增政企机构客户450余家,举办企业阅读活动超200场。
- 夸父AI平台对图书出版全链路赋能,实现大幅提质增效,书稿翻译周期缩短90%;可处理80%的审校基础工作,错误检出率提升15个百分点;实现编、排、校、印全流程无缝衔接。
- 中信书店旗下11家书店获北京市公共文化服务和阅读文化服务奖励,1家门店获评北京市科普阅读推广典型案例,雄安新区店荣获“雄才会客厅”称号,“致·好奇心——DK50周年自然典藏百科展”荣获2025年ICSC MAXI Awards全球购物中心整合营销银奖。
- 谷知谷知以IP衍生品零售为切入口,与动漫、游戏、影视、综艺类百余种头部IP达成合作,搭建衍生品自研和货盘体系,以及自营店和分销体系。报告期内,共开设2家主题店、3家快闪店,组织5场主题展销,销售规模超5,000万元,进一步拓展了文化消费的边界与形态。

#### 10 减少不平等



- 公司坚定反对任何形式的就业歧视与职场骚扰,杜绝因性别、年龄、种族、宗教信仰等无关因素产生的不平等待遇,确保每一位员工都能在公平公正的环境中竞争工作岗位、享有平等的职业发展机会,充分尊重和保障员工基本人权,切实维护全体员工的合法权益。
- 2025年,公司任用少数民族员工52人,占员工总人数的5.29%,其中管理岗位人数达15人。

11 可持续城市  
和社区



- 公司在重庆黔江、云南元阳等地开展直播带货、公文写作等专项培训,累计培训 150 余人,提升了当地产业运营与自我发展能力。
- 中信出版与中信养老联合策划“献给长者的十二本书”系列读书会,举办“正念体验,疗愈之旅”专场活动。活动特邀北京师范大学心理学部教授,为来自全国 18 个省市自治区的超百位帕金森病友及其家属带来沉浸式的正念体验。以“文化+疗愈”方式服务特定群体、拓展公益服务边界。
- “发光读书会”作为中信出版童书业务核心阅读品牌,以普及和推广儿童阅读为核心使命,联动全国书店、图书馆、学校、企业等多元化组织,开展线上线下丰富的读书会活动。自 2023 年以来,“发光读书会”已在全国举办 6 万场活动,深入 500 万个家庭,为儿童带去优质阅读体验,成为全民阅读推广的重要载体。
- 中信出版童书业务与麦当劳中国联合启动 2025 年亲子读书会,首创“主题定制专场读书会”模式,在全国开展 2,300 余场“麦麦趣读派对”,并在北京、上海等 12 个核心城市打造具有城市特色的深度阅读活动,由中信出版“金牌讲师”团队提供专业化阅读指导。

12 负责任消费  
和生产



- 在纸张采购环节,公司继续将环境管理体系认证、能源管理体系认证、中国环境标志产品认证及 FSC/PEFC 森林认证作为纸张供应商的强制准入标准,从源头保障纸张来源的合法性与可持续性。在印装服务招标中,供应商必须具备 ISO 14001 环境管理体系认证、有效的排污许可证明及绿色印刷资质。
- 中信出版 2025 年荣登“最具学术影响力出版社”等榜单,多种图书入选“2025 年经典中国国际出版工程”“2025 年度国家社科基金中华学术外译项目”“中国好书”“中国新闻出版广电报 2025 年度好书”“2025 年冰心儿童图书奖”等权威评选和推荐目录,斩获“第 37 届北京图书订货会”等多项荣誉,并在 2025 年“第 33 届全国图书交易博览会”上销售量高居第一。公司还凭借在文化出口领域的突出表现,荣获“2025—2026 年度国家文化出口重点企业”称号。

13 气候行动



- 通过推广数字化办公、优化设备能效、倡导节约理念,实现了显著的环境绩效提升。2025 年,公司中国大陆地区电力消耗量 1,621,240.66 千瓦时,同比下降 7.64%。
- 公司充分发挥出版企业的内容传播优势,将气候治理知识普及与低碳理念传播作为重要社会责任,通过持续策划出版气候变化、可持续发展相关主题图书,打造专业、权威的绿色内容产品,满足社会对绿色知识的需求,并积极参与行业可持续发展交流活动,以多元形式推动气候治理理念的传播。

14 水下生物



15 陆地生物



- 公司对于有害废弃物,如废弃电子产品、硒鼓墨盒等,全部委托具备专业资质的第三方机构进行合规回收处置,杜绝随意丢弃至大自然中影响动植物生长。
- 公司通过集约化采购、统一图书开本规格与版式规范,进一步提高了无涂布、无荧光等环保纸张的使用比例,并坚决杜绝环保部门明令禁止的生产工艺,减少对自然生态的破坏。

16 和平、正义  
与强大机构



- 公司 2025 年完成取证公证 1,662 件、诉讼立案 1,390 件,积极参与版权保护工作,获评“北京市新闻出版(版权)工作先进集体”,成功取得全国首例电子书平台连带责任判例等标志性成果,有效推动相关平台优化治理规则。公司连续第三次入选抖音“IPPRO 真知奖”年度品牌,在打击盗版侵权及公众教育方面已成为行业标杆。

17 促进目标实现  
的伙伴关系



- 公司积极响应国家“双碳”目标及可持续发展号召,将绿色环保作为重要的战略采购标准。在关键的原材料及服务采购中,公司明确将环保认证作为强制性准入门槛,引导上游产业链绿色转型,降低公司产品全生命周期的环境足迹。在纸张招标中,公司要求投标方必须具备环境管理体系认证、能源管理体系认证、中国环境标志产品认证以及 FSC/PEFC 森林认证。在印装服务招标中,公司要求供应商具备环境管理体系认证、排污许可及中国环境标志产品认证。
- 公司每年对所有供应商至少进行一次互访,对销售规模较大的供应商,每半年安排一次互访,加强与供应商的交流合作,及时掌握市场动态与产品趋势。

## 第五章

# 专题

# 践行文化使命 服务国家战略与社会发展

- 服务国家重大战略，推动文化自信自强
- 聚焦乡村振兴与精准帮扶，践行文化公益使命
- 倡导全民阅读，创新阅读服务生态
- 关注社会民生议题，拓展公益服务边界

## 第一节 服务国家重大战略，推动文化自信自强

公司持续发挥全球精品图书引进优势，创新国际组稿机制，与国际知名作者达成深度合作；立足中国智慧、中国方案和中华优秀传统文化，发掘本土优秀作者和选题。系统性布局新发展格局、新发展理念、新质生产力等领域，策划出品一批反映新时代成就、解读国家政策、传播主流价值的重点图书；聚焦经济规律、创新驱动发展、企业家精神、前沿科技趋势，经济管理类图书持续领跑市场；发现“中国之美”，引领生活风尚，重构文学经典；系统构建影视、游戏、动漫 IP 合作和策划体系，快速积累 Z 世代忠实读者。

### 推动出版“走出去”，助力“一带一路”人文交流

中信出版深度践行国家文化“走出去”战略，面向 40 多个国家累计输出图书版权超 3000 项，与 29 个“一带一路”国家的出版社建立版权贸易往来合作。2025 年，公司实现版权输出 425 项，持续深化国际合作布局，新增希腊、波兰等“一带一路”共建国家合作，在哈萨克斯坦、乌克兰、马来西亚、印度尼西亚等沿线国家实现图书市场输出，国际化业务规模稳步提升，合作网络进一步拓展、结构更趋多元。



4月，在联合国成立 80 周年之际的第十六届联合国中文日活动中，中信出版《各国大使眼中的“一带一路”》《各国大使眼中的中国式现代化》两部双语著作作为重要文化成果亮相，以中国式现代化五大特征为主线，辑录近百位全球治理参与者的深度对话，生动展现“一带一路”倡议的丰富内涵，为国际社会理解中国方案搭建立体坐标系。



8月，中信出版响应第二届中国—中亚峰会合作倡议，中信出版与吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦出版文化机构达成合作，完成《小步乐读》系列三语种版权授权，已实现向韩国、印尼、埃及等多国版权输出，为中亚三国中文教学体系建设注入助力，推动出版内容“走出去”与落地应用有机衔接。



2025年,中信出版《大出海》(西班牙文)、《合肥有模式吗?》(希腊文)入选丝路书香出版工程,自2015年该工程启动至今,公司已有69个项目获立项资助,持续以出版力量推动“一带一路”文化交流。

中信出版积极参与博洛尼亚书展、伦敦书展、法兰克福书展、东京版权说明会及北京国际图书博览会等国际重要书展与国家级文化交流项目,强化与全球出版业的高频互动与专业对话。同时,公司注重以重大主题图书和重量级IP为抓手,推动国际公共传播。

4月,在突尼斯书展中国主宾国活动框架下,中信出版策划并实施了以“绵延与邂逅”为主题、聚焦《哪吒》《白蛇》《长安三万里》《黑神话:悟空》等12种中国传统文化IP的“中国原创动画作品展”“中国原创动漫展”以及“如诗如画的中国系列图书分享会暨赠书仪式”等活动,以阿中英三语讲解、IP周边展陈、多语种视频宣推、现场文化分享等多元化、立体化的形式集中呈现中国原创内容和当代出版成果,有效地提升了中国图书在北非地区的可见度与认可度,获得突尼斯读者与业界广泛关注,受到新华社专题报道,推动中突文化交流与文明互鉴走深走实。



中信出版参加突尼斯国际书展

6月,北京国际图书博览会期间,中心出版策划举办“中信出版之夜”,邀请近200位国际出版人、作者与译者参与,集中介绍中国出版最新趋势,并重点推介《本心》《思接千载》《古道新章》等2025年—2026年原创项目,增强了海外业界对中信出版选题能力与内容储备的认知。



中信出版“万象亿新”展区



《贫困的终结》印尼语版出版发行

12月15日,中信出版联合印尼国家研究与创新署、印尼火炬出版社共同举办《贫困的终结》印尼语版发布会暨专题研讨会,该书以作者在云南省西双版纳州勐腊县河边村持续十年的扶贫实践为基础,系统梳理了中国脱贫攻坚的实践逻辑与治理经验,为印尼各界深入了解中国减贫理念、路径和经验提供重要参考,有助于中印两国深化减贫经验交流和项目合作。



12月,中信童书携《西游记绘本》希腊语版参加雅典漫展,通过动漫展这一国际化、年轻化的平台,以视觉化、故事化的方式实现了对中国传统经典的当代表达,探索了童书“走出去”从版权输出向文化展示、读者互动和市场转化相结合的新路径。

绘本《大闹天宫》(希腊语)

### 挖掘与传承区域文化,彰显文化自信

中信出版高度重视中华优秀传统文化的保护与传承,聚焦非物质文化遗产、传统民俗文化等领域,通过精品图书出版,系统梳理传统文化内涵与传承脉络,兼顾学术深度与大众可读性,推动传统文化向青年一代普及,让优秀传统文化在新时代焕发新活力,为文化强国建设筑牢传统文化根基。

### 紧扣区域协调发展,挖掘西部区域文化价值



中信出版深度融入西部陆海新通道、西部大开发等区域发展战略,2025年推出《什么是重庆》《什么是新疆》两部区域地理科普精品,作为“这里是中国”IP的重要延伸,以严谨科学和震撼影像构建地域认知体系,献礼新疆维吾尔自治区成立70周年,并依托立体化内容矩阵,计划在重庆江北机场举办“邂逅重庆”主题文化展览,以文化传播助力西部区域形象打造与发展建设。



11月,中信出版与陕西新华出版传媒集团联合推出《秦腔》精品图书,传承非遗文化魅力。《秦腔》历时五个月打磨,10万余字搭配数百幅配图,从脸谱、行当、剧目、历史等八个方面系统解析秦腔艺术体系,注重面向青年读者的普及表达。中信出版始终将保护传承非物质文化遗产作为文化使命,通过精品出版让更多读者走进秦腔、了解秦腔,挖掘传统文化的时代价值与精神力量。

报告期内,公司自主策划的“国际组稿”项目,邀请国际知名作者凯文·凯利创作科技趋势类图书《2049:未来10000天的可能》,从选题源头出发,主导议题设定、内容方向与创作组织,按照国际市场和全球读者的阅读标准进行系统策划与生产。该书上市30天内两次加印,单月印量突破9万册,上市当年累计印量达24万册,并成功输出繁体中文和韩文版权,标志着中信出版以平等甚至主导的身份参与全球思想产品的生产与传播,有效地提升了在全球出版体系中的话语权和影响力。

### 深耕金融强国建设,打造金融文化理论实践范本

6月,中信出版推出《中国特色金融文化》一书,将中国特色金融文化“五要五不”原则转化为可操作的实践指南,为金融行业搭建理论与实践的桥梁,为中国金融改革与发展提供重要参考。同年7月,公司协办“中信读书讲坛”第49期活动,邀请该书作者董昀系统阐释中国特色金融文化核心内涵,引领行业深入认识其在服务实体经济、支撑现代化建设中的独特价值,持续助力全民金融素养提升与金融强国建设。



## 第二节 聚焦乡村振兴与精准帮扶,践行文化公益使命

中信出版以教育扶智为核心,在定点帮扶地区及其他欠发达区域系统性开展公益项目,通过捐赠图书、建设“梦想书屋”开设“梦想课堂”、培训当地干部职工等多种形式,为乡村人才振兴与文化振兴注入持久动力。

2025年是公司“梦想书屋”“梦想课堂”落地第六年,公司持续深化乡村振兴领域教育帮扶与智力支持,以多元举措扎实履行社会责任,打造可持续帮扶模式,实现社会责任与产业发展深度融合。报告期内,公司在中信集团帮扶援藏区县建成30个梦想书屋,捐赠各类图书1.39万册,开展12场主题梦想课堂,并创新推出沉浸式传统文化科普展,不断开阔乡村学生视野,激发学习兴趣。公司在重庆黔江、云南元阳等地开展直播带货、公文写作等专项培训,累计培训150余人,提升了当地产业运营与自我发展能力。

在消费帮扶方面,公司全年采购脱贫地区农产品,打造“信选风物”帮扶品牌,挖掘多地文化资源推出特色文创,并依托中信书店探索“出版+文旅+风物”联动模式,构建长效化、市场化的消费助农机制,以文化赋能激活乡村资源。

报告期内,公司开展志愿者活动项目7个,志愿者活动员工参与75人次,志愿者活动员工参与时长255小时。

### 加强国际高端合作,提升专业影响力

中信出版持续加强与国际一流出版机构的深入合作,在推进国际化业务过程中,中信出版坚持由“被动输出”向“主动策划”转型升级,提升在国际高端学术出版合作体系中的参与层级。在推进中华学术外译项目过程中,中信出版与莫斯科大学出版社、圣智出版集团以及巴西圣保罗州立大学出版社建立了沟通与合作联系,围绕中国政治经济、文化历史等重点主题开展前期对接,为形成长期、稳定的国际学术出版合作奠定基础。



6月,在新加坡陆海财经论坛期间,中信出版分别与施普林格·自然和世界科技出版社签署战略合作协议,明确将在中国经济等前沿领域深化出版合作。

图:中信出版集团国际版权合作项目签约仪式



### 持续开展“梦想课堂” 赋能乡村青少年成长



5月, 中信出版讲师团赴云南省元阳县、屏边苗族自治县等中信集团定点帮扶县, 在4所学校为400余名师生开展“梦想课堂”, 以文人故事、梦想与坚持等为内容, 帮助乡村学生开阔视野、构建积极人生观。



12月, 公司赴重庆黔江区开展“梦想课堂”系列活动, 为1,000余名师生带来《不可思议的大国重器》《AI时代, 开启未来智慧之旅》等特色课程, 同时举办科普文化展, 以“科普+互动”形式激发学生探索兴趣。

### 建设“梦想书屋” 完善基层文化基础设施

依托“梦想课堂”公益品牌, 中信出版在六年的时间里, 为集团定点帮扶区县中小学校捐赠图书、购置书架, 建设“梦想书屋”, 持续完善基层学校的文化阅读基础设施, 让乡村学生能够接触到更多优质图书资源, 填补基层阅读资源缺口, 助力乡村教育事业发展。

### 开展产业帮扶培训, 助力帮扶区县经济发展



12月, 在重庆黔江区的帮扶活动中, 中信出版针对当地产业发展需求, 开展《借直播东风, 让黔江好货走向全国》干部培训课程, 围绕电商运营、品牌溢价等问题与当地干部群众研讨, 专题推进黑溪村农产品推广销售, 并对接中信出版信选商城资源, 为当地农产品稳定销售提供支持, 推动文化帮扶与产业发展深度融合, 以实际行动助力乡村振兴。

## 第三节 倡导全民阅读, 创新阅读服务生态

中信出版以“让阅读融入美好生活”为愿景, 积极履行推广全民阅读的社会责任。作为国有文化企业, 公司积极践行国家推进全民阅读和书香社会建设战略部署, 深度响应“支持出版业繁荣发展”“支持实体书店发展”首次写入政府工作报告的政策导向, 紧扣国家“十五五”规划文化建设部署, 以《全民阅读促进条例》正式实施为重要契机, 全面履行文化使命与社会责任。

公司以中信书店为城市文化空间核心触点, 全面升级全民阅读服务体系, 通过打造沉浸式主题阅读场景、常态化举办作家之夜、重磅最佳签售等标杆活动, 持续以专业能力赋能书香社会建设, 彰显国有文化企业的责任与担当, 让书店成为市民共享的文化会客厅, 旗下11家门店荣获“北京市公共文化服务和阅读文化服务”奖励。

公司尤其聚焦少儿阅读领域, 通过与企业品牌跨界合作, 将阅读场景延伸至餐厅等生活空间。同时, 公司承办大型图书市集、举办主题读书会, 打造多元化、沉浸式的文化体验, 有效激发了公众的阅读兴趣, 提升了阅读服务的覆盖面和影响力。未来, 中信出版将从内容、渠道、服务、公益等多个维度, 系统性推进全民阅读工作, 以实际行动助力书香社会建设, 为扎实推进文化强国建设贡献力量。

### 打造特色银发阅读空间, 服务老年群体



“愚XIN·阅空间”特色银发阅读点

7月, 中信出版与中信银行上海长宁支行、长宁区政府及江苏路街道等单位联合打造“宁聚银龄·文心乐养”老年人阅读服务项目及“愚XIN·阅空间”特色银发阅读点。空间内设置图书阅览区和数字体验区, 为老年人打造了一个集线下阅读和线上体验于一体的综合性文化空间。图书阅览区精心配备了涵盖“红色阅读”“养老金融”“老年健康”“思想智慧”“文化旅游”五大主题的精品图书, 以满足老年人多样化的精神文化需求。

### 跨界联动打造亲子阅读品牌, 丰富儿童阅读体验

自2022年起, 中信出版与麦当劳中国先后打造亲子读书会、推出“麦麦绿色童话”绘本等, 持续为儿童阅读注入新活力。

4月, 中信出版童书业务与麦当劳中国联合启动2025年亲子读书会, 首创“主题定制专场读书会”模式, 在全国开展2,300余场“麦麦趣读派对”, 并在北京、上海等12个核心城市打造具有城市特色的深度阅读活动, 由中信出版“金牌讲师”团队提供专业化阅读指导。





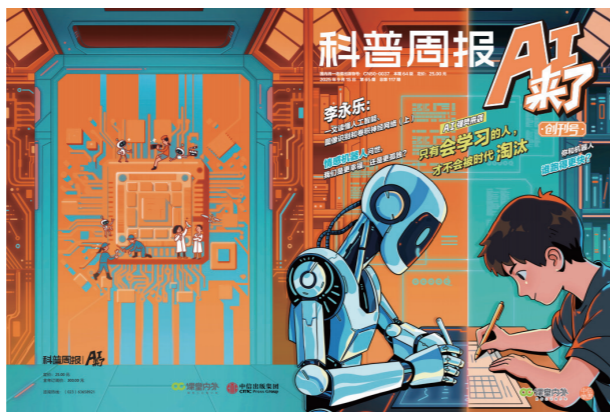
8月, 中信出版与麦当劳中国再度携手推出“不完美也很棒”系列儿童心理绘本, 随开心乐园套餐上线, 该系列包含8个主题故事, 聚焦孩子情绪管理、抗挫能力等核心成长能力, 是儿童阅读多元场景的重要实践。

此外, 公司推出中信书院企业版并提供定制化阅读方案, 全年落地企业阅读服务超200场, 实现文化服务与企业发展深度融合。公司还深化公益阅读实践, 设立听障儿童数字化阅读专区, 与检察机关共建法治阅读空间, 常设“青苗法治书架”, 聚焦特殊群体与未成年人权益保障, 护航少年儿童健康成长。

### 打造“发光读书会”核心品牌, 推动阅读服务广覆盖

“发光读书会”作为中信出版童书业务核心阅读品牌, 以普及和推广儿童阅读为核心使命, 联动全国书店、图书馆、学校、企业等多元化组织, 开展线上线下丰富的读书会活动。自2023年以来, “发光读书会”已在全国举办6万场活动, 深入500万个家庭, 为儿童带去优质阅读体验, 成为全民阅读推广的重要载体。

已在全国举办活动  
**6**万场  
深入家庭  
**500**万个



中信出版携手课堂内外倾力打造的国内青少年人工智能素养期刊《科普周报》“AI来了”亮相第33届全国图书交易博览会。

### 创新文化市集形式, 打造全民阅读新场景



10月, 中信书店承办第二届“如雁来栖·京秋阅市集”图书市集, 作为2025年北京长城文化节重要组成部分, 活动组织20余家出版品牌参展, 邀请头部作家开展6场主题分享沙龙, 打造水拓刷边、声音书店等5类创意互动活动, 落地童书快闪库房, 三天内吸引近万名市民参与, 实现近10万码洋销售与百万级线上曝光, 以“书店+”模式彰显文化服务创新价值, 推动全民阅读与文旅融合发展。

## 第四节 关注社会民生议题, 拓展公益服务边界

中信出版秉持社会责任担当, 在深耕文化公益的基础上, 成立中信出版集团志愿服务队, 自成立以来累计服务时长达650小时。2025年度, 志愿服务队成功开展7场特色鲜明的志愿服务项目, 覆盖2000人, 共计198小时。

累计服务时长达	2025年度, 志愿服务项目	2025年度, 志愿服务队覆盖	2025年度, 志愿服务共计
<b>650</b> 小时	<b>7</b> 场	<b>2,000</b> 人	<b>198</b> 小时

公司聚焦老龄化、认知症照护、特殊儿童关爱、未成年人成长、社区文化服务等社会民生热点议题, 发挥文化出版的内容优势与平台优势, 联动专业机构与领域专家、公益组织、政府单位、教育机构、高校园区, 通过公益读书会、线上直播、主题活动、数字阅读支持、融合教育课程、法治宣传等形式, 推动社会热点议题的公众认知与实践落地, 以“文化+公益”模式拓展社会服务边界, 传递人文关怀, 助力提升社会民生服务水平, 践行企业对社会发展的全方位责任。

### 探索“文化+疗愈”模式, 关爱特定群体健康



正念疗愈, 为帕金森患者注入“心”能量

6月, 中信出版与中信养老联合策划“献给长者的十二本书”系列读书会, 成功举办“正念体验, 疗愈之旅”专场活动。活动特邀北京师范大学心理学部教授, 为来自全国18个省市自治区的超百位帕金森病友及其家属带来沉浸式的正念体验。此次活动以“线下活动+线上直播”形式开展, 是中信出版以“文化+疗愈”模式服务特定群体、拓展公益服务边界的一次积极探索, 为“帕友”们提供了一种充满温度的生活方式和心理支持。

### 开展认知症主题公益活动，推动养老文化建设



9月，中信出版携手上海中信兴业养老服务发展有限公司发起“照护，一场生命的双向治愈”认知症主题公益读书会，推动认知症议题从公共讨论走向深入实践，为认知症家庭搭建发声平台，传递专业照护的温度与希望。活动采用“线下活动+线上直播”形式，后续还通过播客账号“中信书院知本论”进行二次传播，以文化传播推动认知症议题从公共讨论走向深入实践，探索“文化+养老”的融合创新模式。

### 启动数字关爱项目，护航听障儿童融合成长

5月，中信书店与北京爱的分贝公益基金会签订“数字关爱听障儿童融合教育支持项目”合作协议，以数字化手段结合传统阅读，助力听障儿童认知提升与社会融合。项目为困难听障儿童提供绘本消费金，可在中信书店专属核销使用，同步开展绘本阅读互动、残健融合沙龙、家长阅读技巧培训等活动，在双井富力店、怀柔科学城店、郑州永威店等门店设立听障儿童阅读专区，2025年已开展10余场融合阅读活动，惠及数百个听障家庭。该项目创新“数字+阅读+融合”模式，为听障儿童搭建多感官学习与社交平台，成为全民阅读领域服务特殊群体的示范案例。



### 书香浸润心灵，法制护航成长



4月23日上午，在第30个“世界读书日”到来之际，怀柔区检察院在怀柔科学城中信书店启动“法润青苗·检护青春”护航未成年人成长计划，以书香与法治守护青少年成长。活动以“阅读+法治”为抓手，将书香文化与未成年人法治教育深度融合，面向青少年开展普法宣传与成长护航服务，用文化与法治为未成年人健康成长筑牢安全屏障。

### 深耕校园与社区服务，拓展文化公益覆盖面

中信书店以门店为载体，持续走进校园、联动社区与高校园区，开展多元化民生文化服务。

- 4月22日，中信书店分别走进雁栖镇幼儿园、科学城第三幼儿园，开展“萌娃探书海童心启智航”“书香润童心共读好时光”幼儿阅读启蒙活动，点亮儿童早期阅读兴趣。
- 4月19日，中信书店参与中国科学院大学花间读书节市集，服务高校师生与园区群众。
- 5月18日，中信书店怀柔科学城店联合怀柔区新闻出版局在店内开展预防中小学生沉迷网络宣传教育活动，引导青少年健康上网、绿色阅读。系列活动覆盖校园、社区、高校、商圈，中信出版以文化力量服务市民民生需求，扩大公益服务覆盖面。



## 第六章 党建引领

### 强化党建引领，筑牢高质量发展根基

公司始终将党的领导贯穿公司治理全流程、各环节，持续夯实中华民族共同体意识的文化基础，不断筑牢全体员工坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”的思想根基。公司党委充分发挥“把方向、管大局、保落实”的领导核心作用，2025年深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大、二十届四中全会精神，以更高质量、更具正能量的党建工作引领公司高质量发展。

面向“十五五”发展新阶段，中信出版将把全面从严治党要求贯穿企业发展全过程、各方面，持续强化党建引领作用，推动党建工作与经营发展深度融合、同频共振，以党建强发展、以发展固党建，为企业可持续发展注入强劲红色动力

## 第一节 强化政治引领，把准企业发展方向

公司党委坚持将党的政治建设摆在首位，确保出版事业始终沿着正确的方向前进。

### 深化理论武装，筑牢思想根基

公司把学习贯彻党的创新理论作为首要政治任务，通过系统化、常态化的学习机制，不断提升党员干部的政治判断力、政治领悟力、政治执行力。公司常态化开展党委理论中心组学习、党支部“三会一课”等学习活动，将理论学习向基层、向业务延伸，推动学习成果深度融入选题策划、内容创作、意识形态阵地管理等核心业务环节。

### 案例 |



中信出版召开党委理论学习中心组(扩大)学习研讨会

10月29日，公司召开党委理论学习中心组(扩大)学习研讨会，围绕深入学习《习近平谈治国理政》第五卷、发展新时代中国特色社会主义文化、推动出版工作高质量融合发展开展集体学习研讨，党委书记、董事长陈炜主持并作主旨发言，要求全体干部职工深学细悟《习近平谈治国理政》第五卷，锚定文化强国战略目标找准出版工作切入点，强化责任担当与能力建设，为宣传思想文化工作高质量发展提供坚实保障。

### 严守意识形态阵地，坚守出版导向

作为文化出版企业，公司深刻认识到意识形态工作的极端重要性。公司严格落实意识形态工作责任制，建立了覆盖选题策划、内容创作、编辑加工、印刷发行、数字传播等全流程、全领域的意识形态管控体系。通过动态审读、实时响应机制，强化对内容价值导向、作者背景和出版质量的全面把关，坚决防范化解意识形态风险，确保所有出版物符合社会主义核心价值观，传播正能量。

## 第二节 完善治理体系，推动党建与业务深度融合

公司积极探索党建工作与公司治理、经营发展有效融合的机制与路径，将党的组织优势转化为发展优势。

### 健全领导机制，嵌入公司治理

公司党委通过修订完善议事规则，清晰界定党委会、董事会、经理层等治理主体的权责边界，确保党委在重大决策中的前置研究作用。公司全年所有“三重一大”事项均经党委会集体研究决策，确保了重大经营决策的政治方向和战略定力。同时，公司将党的建设要求写入公司章程，并推动下属子公司完成党建入章程工作，实现了党的组织和工作在治理结构中的全覆盖，从制度上保障了党的领导核心地位。

### 构建融合机制，促进协同发展

公司着力破解“党建与业务两张皮”问题，构建了“双融双促”工作机制。通过建立科学的党建考核体系，将党建工作成效与精品出版、数字化转型、经营绩效等核心业务指标统筹考量、一体考核。例如，公司将意识形态管理、主题出版成果、版权输出规模等纳入考核重点，实现了党建工作与经营发展同谋划、同部署、同推进、同考核。在“十五五”规划编制、事业部优化调整、数智出版创新等关键改革任务中，党委的理論学习和战略研讨成果直接转化为具体的行动方案和发展动能，推动了社会效益与经济效益的有机统一。

### 案例 |



中信出版举办党委理论中心组(扩大)学习专题辅导报告会邀请专家深入解读“十五五”经济发展部署

11月20日，公司举办党委理论中心组学习专题辅导报告会，并邀请外部专家围绕“十五五”经济发展部署作专题辅导，系统解读“十五五”规划的时代背景、核心原则、主要目标和七大核心任务，并结合出版行业特点给出实践指引，公司要求全体干部职工将“十五五”规划精神与公司业务发展深度融合，把学习成果转化为推动高质量发展的实际举措。

### 强化组织建设，夯实人才基础

公司党委深入贯彻落实新时代党的组织路线，坚持党管干部、党管人才原则，实施了“3618”人才发展目标，旨在系统培养行业领军人才、高层次专家和青年骨干，全年组织各类培训超过8000人次。在干部选拔任用中，坚持把政治标准放在首位，注重在重大任务、攻坚一线考察和培养干部。公司持续深化“把党员培养成骨干，把骨干发展成党员”的双培养机制，使关键岗位有党员领衔、关键环节有党员把关，党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用在业务发展中得到充分彰显。

## 第三节 深化纪律作风建设，营造风清气正生态

中信出版始终将党风廉政建设摆在重要位置，构建覆盖全链条的廉洁风险防控与监督问责体系，以“全周期管理”理念一体推进“三不腐”，持续深化党风廉政建设，营造风清气正的行业生态和企业发展环境。

### 压实从严治党责任，强化纪律约束

公司党委定期召开全面从严治党专题会议，研究部署党风廉政建设相关工作。公司逐级签订《党风廉政建设责任书》和《廉洁从业承诺书》，压实管党治党政治责任。纪委切实履行监督职责，通过列席重要会议、开展专项检查、建立大监督联席会议机制等方式，聚焦重点领域和关键环节，强化日常监督。

### 案例 |



中信出版党委召开2025年落实全面从严治党主体责任暨党风廉政建设会议

12月24日，公司召开2025年落实全面从严治党主体责任暨党风廉政建设会议，党委书记、董事长陈炜分析全面从严治党工作形势，从筑牢政治根基、建强组织堡垒、深化廉政建设、健全保障机制四个方面部署下阶段重点工作，纪委书记苏斌通报系统内外典型案例并深入剖析问题根源，与会人员共同观看廉洁警示教育片，会议以线上线下相结合的形式召开，实现党员干部学习教育全覆盖。

### 深化廉洁教育与风险防控

公司坚持教育在先、预防为主，常态化开展党性党风党纪教育。公司构建了覆盖投资管理、采购招标、营销费用等业务全链条的廉洁风险防控体系，修订并严格执行《贯彻落实中央八项规定实施细则精神的意见》等制度，制定正负面清单，将纪律要求嵌入业务流程。2025年，公司通过举办“深入贯彻中央八项规定精神”专题读书班、警示教育大会暨专题党课等多种形式，深入解读政策要求，通报系统内外典型案例，组织观看警示教育片，引导党员干部知敬畏、存戒惧、守底线。针对子公司业务特点，中信出版指导完善费用管理制度，建立“费用—效益”联动机制，从源头上防范风险。

案例 |



中信出版举办深入学习贯彻中央八项规定精神教育读书班

4月21日,公司举办深入学习贯彻中央八项规定精神教育读书班,邀请驻中信集团纪检监察组五室主任作专题辅导,从中央八项规定精神的出台背景、主要内容、重要意义、身边案例等方面进行深入解读,公司党委书记、董事长陈炜主持并强调,要将学习成果转化为推进全面从严治党、深化作风建设的实际成效,全体党员做到原原本本学、带着问题学、带着责任学,以实际行动推动公司高质量发展。

案例 |



中信出版组织深入贯彻中央八项规定精神警示教育大会暨专题党课

7月2日,公司组织深入贯彻中央八项规定精神警示教育大会暨专题党课,党委书记、董事长陈炜以《深入贯彻中央八项规定精神坚守初心使命为实现公司高质量发展提供坚强作风保障》为题讲授专题党课,纪委书记苏斌通报中纪委、中信集团及公司内部违反中央八项规定精神典型案例,会议从思想教育、问题整治、制度建设、监督检查四个方面提出要求,持之以恒推进作风建设。

弘扬优良作风, 培育健康文化

公司将作风建设与企业文化培育相结合,大力倡导“马上就办、由我来办、办就办好”的“三办”作风。公司通过制定为基层减负措施、精简会议文件、开展“一个部门高效办成一件事”等活动,切实提升运营效率。公司积极组织“金牌讲书人”、“青年大课堂”、志愿服务、文体活动等,启动“满天星计划”赋能员工创作,营造了“快乐工作、健康生活”的积极氛围,增强了团队的凝聚力和向心力,为公司的可持续发展注入了源源不断的文化活力。

公司 2025 年党建关键绩效

指标名称	单位	2025 年数据
党委班子成员中高管人数	人	8
党委班子成员中高管占比	%	100
公司党支部总数	个	22
本报告期新增党员数量	人	9
三年新增党员数量	人	25
公司在册党员人数	人	275
党员占员工总数比例	%	27.98
党员平均年龄	岁	38.7
召开党代会、党委会、党建工作例会等会议	次	27
党委理论学习次数	次	5
各级党员干部讲党课场次	次	30
举办专题读书班期数	次	8
“十四五”期间获得的党建荣誉总数	次	1

# 治理篇

第七章 强化公司治理

第八章 内控与合规经营

第九章 风险管理

第十章 利益相关方与实质性议题

第十一章 经济绩效与税务

第十二章 商业道德

第十三章 供应链管理



## 第七章 强化公司治理

### 合规固本 行稳兴企

健全的治理架构、合规的经营理念与前瞻可持续发展战略,是应对复杂市场环境、实现长期价值创造的基石。公司始终秉持高瞻远瞩的战略眼光,将强化公司治理与深化环境、社会及治理(ESG)置于核心地位,致力于构建决策科学、执行高效、监督有力的现代化治理体系,为提升核心竞争力、防范各类风险、实现高质量发展构筑了坚实屏障。

立足新发展阶段,中信出版以全局观与系统化思维,持续优化治理架构与运行机制,实现了治理效能与经营业绩的协同共进。展望未来,公司将以卓越治理为引领,以可持续发展为目标,不断完善治理模式,推动治理现代化与经营效能迈向新高度,致力于成为受人尊敬的文化传播领军企业。

## 第一节 完善治理架构, 筑牢决策根基

### 三会一层核心治理体系

中信出版已构建起权责清晰、制衡有效、运作规范的现代化治理架构。公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》及深圳证券交易所相关规定,形成了以股东会为最高权力机构、董事会为决策核心、经营管理层为执行主体及专门委员会履行监督职责的治理架构,同时将党建工作深度融入治理各环节,形成了兼具制衡性与活力性、适配出版行业多元化业务特征的组织体系。

2025年,公司根据最新《上市公司章程指引》要求及可持续发展战略需要,对治理架构进行优化调整,正式取消监事会,相关监督职责划转至董事会审计委员会,同步将原董事会战略委员会更名为董事会战略与可持续发展委员会,进一步提升了治理架构的科学性与适配性,为公司战略落地与业务发展提供了坚实的组织保障。

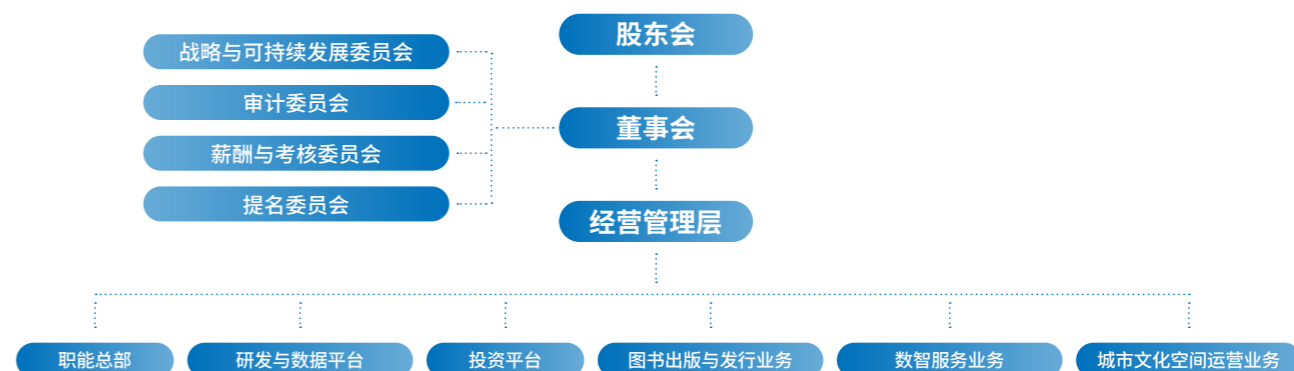
中信出版股东会由全体股东组成,是公司的最高权力机构,依法行使选举和更换董事、审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案、修改公司章程等重大事项的职权。公司始终坚持股东权利平等原则,充分保障全体股东尤其是中小股东的合法权益,通过规范的股东会召集、召开与表决程序,为股东参与公司决策、行使股东权利提供畅通渠道,确保股东会决策能够精准把控公司战略发展方向,实现股东利益最大化与公司长期发展的有机统一。

董事会作为公司的决策机构,向股东会报告工作并执行股东会决议,行使决定公司的经营计划和投资方案、制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案、决定聘任或者解聘公司高级管理人员等职权,是公司治理的核心环节。

经营管理层在董事会授权范围内,统筹公司日常经营管理工作,组织实施董事会决议,制定并执行年度经营计划,统筹各职能部门、业务板块协同运作,推动公司经营目标达成与业务高质量发展。

董事会审计委员会承接原监事会核心监督职责,依法检查公司财务,审核财务信息披露,监督及评估内外部审计工作与内部控制有效性,统筹公司风险防控与合规监督,保障公司资产安全与经营合规。

中信出版公司组织架构图



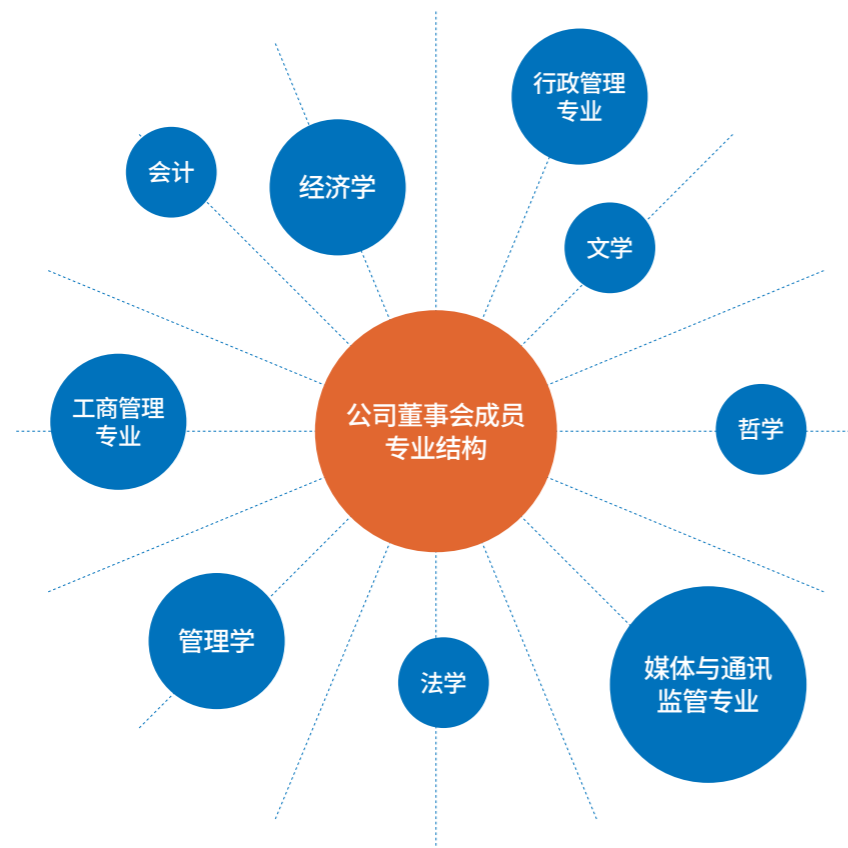
### 董事会多元化结构与履职保障

董事会通过科学决策和有效管理,保障公司正常运营,提升公司治理水平,在公司的战略规划和日常管理中发挥着关键作用。独立董事具备会计、法律、经济等相关专业背景与丰富履职经验,能够独立、客观、公正地发表专业意见,切实保障董事会决策的公允性与专业性。



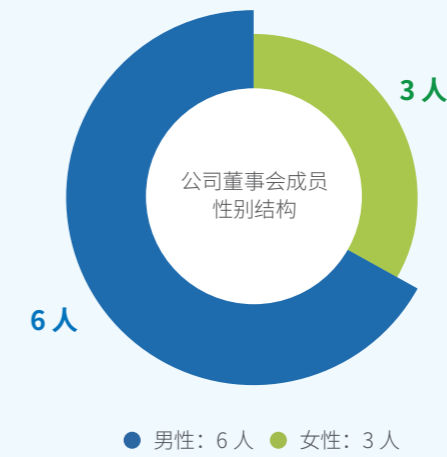
董事会成员结构兼顾了行业经验、专业能力、年龄梯度与性别多元化,形成了经验丰富、结构合理、专业互补的决策团队,既能够精准把握文化出版行业的发展规律与政策导向,又能够敏锐捕捉市场机遇、有效防范经营风险,为公司战略决策与长期发展提供了坚实的人才支撑。同时,公司制定了《独立董事工作制度》《董事会议事规则》等专项制度,明确董事的权力、义务与履职要求,保障全体董事能够充分履职、勤勉尽责。

### 公司董事会成员专业结构及职称

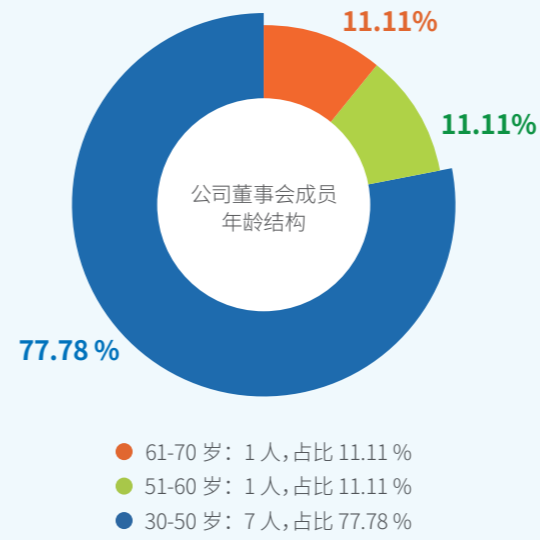


职称	中国注册会计师、美国注册管理会计师
----	-------------------

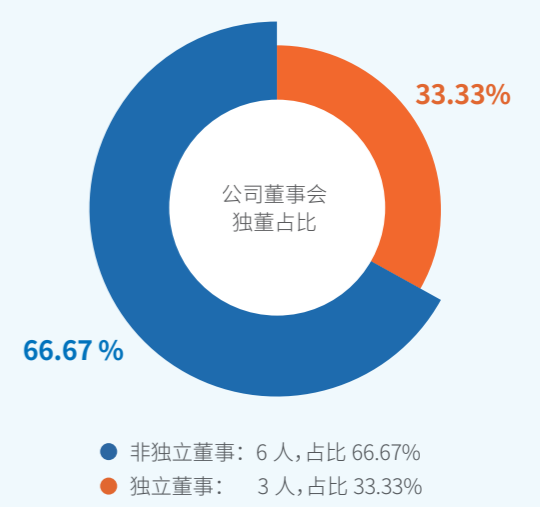
### 公司董事会成员性别结构



### 公司董事会成员年龄结构



### 公司董事会独董占比



### 董事会专门委员会设置与运作

为提升董事会决策的专业化水平,公司董事会下设战略与可持续发展委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四大专门委员会。各委员会均制定了专属工作细则,明确了职责边界、议事规则与决策程序,独立董事在提名、薪酬与考核、审计等关键委员会中占多数席位,充分保障了委员会运作的独立性与专业性。报告期内,公司共召开 10 次董事会会议,审议通过 45 项议案,确保了公司重大决策的及时性与有效性。

2025 年,各专门委员会严格按照工作细则规范运作,围绕各自职责范围开展专项研究、专业审议与风险评估,全年所有会议出席率、合规率均符合监管要求,为董事会决策提供了全面、详实、专业的支撑,有效地提升了董事会决策的科学性、精准性与前瞻性。

## 董事会专门委员会核心配置与职权明细

专门委员会名称	成员总数 (人)	独董人数 (人)	独董占比 (%)
战略与可持续发展委员会	6	2	33.33
提名委员会	3	2	66.67
薪酬与考核委员会	3	2	66.67
审计委员会	3	2	66.67

## 2025 年专门委员会会议运作情况

专门委员会名称	年度召开次数 (次)	审议通过数量 (项)
战略与可持续发展委员会	1	1
提名委员会	3	6
薪酬与考核委员会	2	3
审计委员会	7	16

## 第二节 健全制度体系，规范治理运行

健全的规章制度是公司治理有效运行的保障。中信出版已构建起以《公司章程》为根本，涵盖议事规则、内部控制、信息披露、激励约束等多层次的制度体系。2025 年，公司结合监管新规与治理架构调整，同步完成了相关制度的修订与完善，包括将原董事会战略委员会更名为战略与可持续发展委员会；制定《市值管理制度》和《董事、高级管理人员离职管理制度》；同步废止《监事会议事规则》等，确保制度体系与公司治理架构、监管要求保持高度适配，实现了公司治理全流程的有章可循、有规可依。

2025 年，公司严格按照法律法规、《公司章程》及相关议事规则的要求，规范召开股东会、董事会及各专门委员会会议，所有会议的召集、召开、表决与信息披露均严格履行法定程序，确保会议程序合规、决策民主、执行高效。

## 2025 年公司治理会议召开情况

会议类型	年度召开次数 (次)	审议通过数量 (项)
年度股东会	1	7
临时股东会	1	15
董事会会议	10	45

公司通过《董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度》《薪酬与考核委员会工作细则》等，建立了与公司长远发展和股东利益相一致的薪酬与考核体系，并规范了管理层持股行为。

## 第三节 深化 ESG 管治，赋能可持续发展

### ESG 治理顶层架构战略升级

中信出版将可持续发展理念深度融入公司战略和日常运营，致力于通过提升可持续发展治理水平驱动长期价值创造。

报告期内，公司将原董事会战略委员会正式更名为董事会战略与可持续发展委员会，将可持续发展治理全面提升至公司战略层面，完成了可持续发展顶层治理架构的重大升级。调整后的战略与可持续发展委员会，核心职责全面覆盖可持续发展全流程管理，包括对公司可持续发展战略、ESG 目标设定、管理制度完善、重大投资决策的 ESG 评估等事项进行研究并提出建议，同时负责统筹公司 ESG 体系建设、审阅年度 ESG 报告，推动 ESG 理念全面融入公司经营发展全环节。

公司正逐步构建由董事会战略与可持续发展委员会领导、管理层推进、各业务部门及职能部门执行的 ESG 三级管理机制，旨在将 ESG 风险与机遇管理嵌入投资决策、业务运营和风险管理全流程。

### 案例 |

公司高度重视 ESG 相关能力培养。2025 年 11 月，公司相关人员参与了中信集团组织的 ESG 评级提升及气候信息披露专题培训，提升了团队对 ESG 前沿趋势、评级标准及实践路径的认知。

## 第八章

# 内控与合规经营

### 内控筑牢壁垒 合规护航发展

内控与合规相互协同,是企业健康有序发展的双轮引擎。中信出版集团以前瞻性的战略视角,将内控合规体系建设置于关乎企业兴衰的核心位置。公司深知,健全的内控合规体系不仅是企业实现长期稳健经营、提升竞争力的核心引擎,更是塑造负责任企业形象、赢得市场与投资者信任的战略支撑。通过构建并持续完善全方位、多层次的内控合规架构,公司不仅为自身的合法合规运营筑牢了坚固防线,也彰显了作为文化出版行业领军企业的责任与担当,为行业树立了内控合规与可持续发展的卓越标杆。

## 第一节 公司内控合规体系

中信出版将内控合规体系深度融入企业战略规划,从顶层设计到基层执行,已形成全方位、多层次的严密管理体系。公司凭借科学完备的制度框架与高效精准的执行监督机制,有效识别、评估并抵御内外部风险,保障了各项业务的稳健、有序开展。

### 构建完善的制度体系,夯实合规管理根基

公司高度重视制度建设,通过系统性规划与部署,构建起了一套涵盖公司治理、财务运营、法律遵循、业务规范等多领域的精细化制度体系。

### 公司合规管理网络

公司治理与信息披露方面	制定了《重大信息内部报告制度》《投资者关系管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《信息披露事务管理制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》等,确保公司治理规范、决策透明,信息披露真实、准确、完整、及时、公平。
财务与资产管理方面	制定了《募集资金使用管理办法》《营销费管理办法》《业务招待费管理办法》《对外投资管理办法》《对外担保管理办法》等,强化资金使用监管,防范财务风险,保障资产安全。
法律法规遵循与风险管控方面	制定了《法律工作管理规定》《法律纠纷管理办法》《关联交易管理办法》《规范与关联方资金往来管理制度》《内部审计制度》等,确保经营活动严格守法,并建立了关联交易、资金往来等关键领域的风险防控机制。
业务运营与内容安全方面	针对出版核心业务及新兴业态,制定了《中信出版集团网络出版物及新媒体内容三审管理办法》《中信出版集团互联网传播平台规范管理规定》以及知识服务事业部的《内容产品及新媒体运营审核要求》《网络出版物审核标准细则》《选题申报和内容产品审核流程》等。这些制度共同构成了内容生产、审核、发布的全流程合规闭环,是公司落实意识形态责任制、保障内容安全与质量、规避法律与声誉风险的基石。

## 健全合规管理流程，实现全链条风险防控

公司定期全面梳理内外部合规风险，明确可能涉及的法律法规、监管要求及行业规范。例如，出版行业需重点关注政治导向、著作权侵权、内容安全等风险。公司依据风险发生的可能性和影响程度进行评级，对可能导致重大法律诉讼、监管处罚的风险列为高风险重点管控。

公司制定并实施有针对性的合规培训计划。新员工入职须接受基础合规培训，各业务板块定期开展专项培训，内容涵盖《著作权法》《广告法》《网络安全法》《个人信息保护法》等法律法规以及公司内部规章制度、职业道德规范。

### 案例 |



中信出版召开 2025 年财务工作与风险合规工作会议

4月27日，中信出版召开财务工作与风险合规工作会议。强调需强化财务内控与风险防控，推动高质量发展，并增强危机意识、把握新兴机遇、以“全球视野+本土创新”应对版权变局。在风险合规方面，公司需统筹创新与风险、严管意识形态风险、改善经营风险、防控流动性风险，并优化人才结构以应对行业挑战。

公司建立日常监控机制，通过财务系统、业务系统对资金流向、业务活动进行跟踪。内部审计部作为独立监督机构，在董事会审计委员会领导下，定期开展合规审计，检查制度执行情况，评估合规风险。例如，对采购流程、募集资金使用等进行审计，确保合规性。

公司设立了多渠道的违规举报机制(如专用邮箱、电话)，鼓励并保护员工及外部人士举报违规行为。对收到的举报，公司会展开严肃、公正的调查，并根据调查结果依法依规进行处理，同时落实整改措施，防止问题复发。

## 强化内部审计监督，提升治理效能

公司根据《中华人民共和国审计法》《中国内部审计准则》等法规，制定了《内部审计制度》，设立了直接向董事会及审计委员会负责的内部审计部，独立行使审计监督权。

开展法定审计、子公司审计及专项审计

3次

报告期内，公司积极展开内部审计工作，共开展法定审计、子公司审计及专项审计3次，充分发挥了监督、评价与咨询职能。报告期内，公司未出现内部控制重大缺陷，财务报告及非财务报告重大缺陷数量均为零。

### 审计内容重点包括

检查评估内部控制制度的完整性、合理性及实施有效性

审计会计资料，核查财务收支及经济活动的合法、合规、真实与完整性

协助建立健全反舞弊机制

定期向董事会或审计委员会报告工作等

## 第二节 投资者关系管理与信息披露

中信出版高度重视投资者关系管理与信息披露，将其视为连接公司与资本市场、维护投资者合法权益、提升公司透明度的关键桥梁。公司已建立起完善的投资者关系管理与信息披露机制，致力于通过多元化渠道与投资者保持坦诚、及时的沟通。

### 完善制度保障，规范管理流程

公司根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》等相关法律法规及规定，制定了《投资者关系管理制度》，明确董事会为公司投资者关系管理的决策机构，负责制定投资者关系管理工作制度，并负责检查投资者关系管理事务的落实、运行情况，并确立了合规性、平等性、主动性、诚实守信四大基本原则。

同时，通过《信息披露事务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》等，公司构建了从信息生成、内部报告到对外披露的全流程规范体系，从源头防范内幕交易，确保信息披露质量，切实保障投资者的知情权、参与权与监督权。公司凭借高质量公司治理、信息披露和投资者关系维护，再次荣获交易所信息披露最高评级“A”级评价，这是公司自2019年上市以来，连续五年获此殊荣。

### 2025 年中信出版与投资者互动情况

投资者互动形式	互动情况
互动易平台累计回复投资者问答	62个
投关热线解答咨询	95个
投资者问询回复率	100%
召开业绩说明会	1次

案例 |



中信出版 2024 年度网上业绩说明会

公司在披露 2024 年年度报告后，于 2025 年 4 月 3 日通过全景网举办了 2024 年度网上业绩说明会。公司管理层就经营成果、战略规划、业务布局等投资者关心的问题进行了详细阐述与互动解答，提升了沟通的公开性与有效性。

公司严格执行《对外担保管理办法》与《对外投资管理办法》。对外担保履行严格的内部审批程序及信息披露义务，并主要要求提供反担保，以控制风险、保障公司资产安全。对外投资则强调决策的科学透明与风险可控，原则上使用自有资金，以维护公司偿债能力，保护债权人利益。

公司制定了《关联交易管理办法》与《规范与关联方资金往来管理制度》，为关联交易设立了严格的管理框架。制度明确了关联方认定范围，确立了诚实信用、公平公正、回避表决等基本原则，规定了从交易审批、价格确定到信息披露的全流程规范。报告期内，公司严格执行关联交易决策程序，未出现控股股东及其他关联方非经营性占用公司资金的情况，有效防范了利益输送风险，维护了公司及全体股东的权益。

案例 |



在中信书店（三里屯店）举办了“文心铸 IP·智脑启新程”——首创股东走进中信出版交流会，搭建线上直播体系，从 0-1 搭建整体会议流程，实现线上线下联动直播，当天实时观看 2.3 万人。

股东回报

为积极践行上市公司社会责任，建立健全科学、持续、稳定的股东回报机制，切实保护投资者合法权益，中信出版依据《中华人民共和国公司法》《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》及《公司章程》等相关规定，结合公司实际情况及未来发展战略，积极展开股东权益分派工作，将公司的发展成果与全体股东共享，进一步明确对股东的合理投资回报预期，增强利润分配决策的透明度与可操作性，便利股东对公司经营及利润分配实施有效监督。

公司将依托中信集团资源协同优势，聚焦内容 IP、数智文化、金融信息服务、国际化等核心方向，稳妥开展战略合作、产业投资与并购重组，推动优质资源向上市公司，构建“多元融资 + 战略投资 + 产业整合”体系，支持发展公司第二增长曲线。公司近三年累计现金分红金额占公司近三年累计归母净利润的 50.93%，为更好与广大投资者分享公司经营成果，公司增加分红频次，于 2025 年首次实施中期分红。

中信出版近三年现金权益分派情况

权益分派实施年度	2023	2024	2025	
权益分派会计年度	2022 年年度权益分派	2023 年年度权益分派	2024 年年度权益分派	2025 年中期权益分派
派现总额 (含税) (万元)	6,693.33	5,894.70	6,046.82	3,042.42

第三节 保护股东、债权人与关联交易管控

积极践行股东与债权人权益保护

保护股东、债权人权益是合规经营的内在要求与重要目标。中信出版通过建立健全相关制度并严格执行，致力于维护所有利益相关方的合法权益。

公司根据《上市公司监管指引第 10 号—市值管理》等有关规定，制定了《市值管理制度》实行董事会领导负责制，经营管理层共同参与，由董事会秘书负责组织具体执行市值管理工作，确立了系统性、规范性、平等性、常态性四大基本原则，通过提升公司质量、优化投资者关系管理等手段，促进公司价值合理反映，保护股东权益。

## 第九章 风险管理

中信出版始终将风险管理视为企业可持续发展的核心,公司制定并落实《全面风险管理办法》,构建了覆盖“四个层面”、依托“三道防线”的全面风险管理体系,贯穿于公司治理、战略决策、内容生产、供应链运营、市场营销及品牌建设全流程,确保风险在识别、评估、应对、监控与报告各环节得到系统性、动态化管理。

公司致力于在推动业务创新与数字化转型的同时,筑牢风险防范底线,统筹好发展与安全的关系,有效管控可能影响公司业务连续性、财务稳健性、品牌声誉及长期价值创造的各类风险,为公司的稳健运营和高质量发展保驾护航。

### 第一节 系统化的风险管理体系

为应对日益复杂多变的经营环境与多元风险,中信出版建立了权责清晰、协同联动、运行高效的全面风险管理体系。该体系以“全面性、匹配性、有效性、协调性”为基本原则,确保风险管理活动全员参与、全面覆盖、全程贯穿。

#### 明晰的“四个层面”与“三道防线”

公司的风险管理组织架构深度融合公司治理与内部控制体系,形成战略决策、治理监督、执行操作、基础保障“四个层面”的纵向管控,以及业务单位、风险归口管理部门、监督评价部门“三道防线”的横向制衡。

#### “四个层面”确保分层管控与责任落地

<b>战略决策层 (第一层面)</b>	在公司党委领导下,董事会负责监督管理层开展全面风险管理工作,对风险管理重大事项进行最终决策。
<b>治理监督层 (第二层面)</b>	管理层承担全面风险管理的实施责任。公司董事会下设的风险管理委员会在管理层授权下,负责审议风险管理制度、偏好、重大风险处置方案及全面风险管理报告等。风险管理委员会办公室作为牵头部门,负责体系建设、制度起草、风险评估组织与报告汇总。
<b>执行操作层 (第三层面)</b>	各职能部门及具有监督职责的中台部门作为风险归口管理部门,根据职责分工(如战略、财务、运营、法律合规、声誉等),对归口风险进行专业化管理,制定管理规范,开展日常监测、预警与控制。
<b>基础保障层 (第四层面)</b>	各下属公司对自身风险管理承担主体责任,在其业务范围内建立健全风险管理机制,执行公司统一的风险管理要求,并开展具体的风险识别、评估与控制活动。

#### “三道防线”构筑协同制衡的管控网络



##### 第一道防线 (业务单位)

各业务单位是风险管理的首要责任主体,负责在其日常经营管理活动中识别、评估、上报并初步控制风险。



##### 第二道防线 (风险归口管理部门)

包括风险管理委员会办公室及各专业风险归口部门,负责制定风险管理政策、标准、流程,指导、监督并检查第一道防线的风险管理工作,对风险进行专业化管理和牵头处置。



##### 第三道防线 (监督评价部门)

公司审计部与纪检机构独立履行监督职责。审计部负责对风险管理及内部控制的有效性进行独立审计与评价;纪检机构负责对风险管理相关人员的履职行为进行监督执纪。

续表：

## 闭环的风险全生命周期管理流程

公司的风险管理遵循一个动态、闭环的全生命周期流程，确保风险从发现到处置的各个环节均有章可循、有效衔接。

### 风险管理运行机制

风险信息收集	各防线部门通过日常运营、市场监测、内部报告、外部情报等多种渠道，持续收集内外部风险初始信息。
风险识别与评估	基于收集的信息，结合业务实际，采用定性定量相结合的方法，系统识别各类风险，并评估其发生的可能性及影响程度，确定风险等级（高、中、低）。
风险策略制定与容忍度设定	公司制定明确的风险偏好陈述，并设定关键风险容忍度指标及其预警值、边界值，为风险应对提供决策依据。
风险应对与处置	针对不同等级的风险，归口管理部门协同业务单位制定并实施相应的风险应对策略，包括风险规避、降低、转移或接受，并对已发生的风险事件进行及时处置。
监督、反馈与报告	通过持续的监控、定期的风险排查报告（每半年一次）、审计检查以及将核心风险指标纳入绩效考核体系等方式，实现对风险管理效果的持续监督与改进。全面风险管理报告定期提交管理层及董事会审议。

## 加强风险管控能力建设

中信出版以《全面风险管理办法》为核心，配套制定了包括《风险归口管理清单》《互联网传播平台规范管理规定》《网络出版物及新媒体内容三审管理办法》《声誉风险管理办法》等一系列专项制度，形成了层次分明、覆盖全面的制度体系。人力资源部牵头将风险管理核心指标融入公司整体绩效考核与激励机制，强化全员风险责任意识。对于风险事件，建立清晰的问责机制。

公司通过定期培训，如面向新媒体、外宣岗位的“新媒体舆论导向”专项测试与培训，案例宣导及专题会议等形式，持续提升全员风险意识与风险管理专业技能，培育审慎、合规、全员参与的风险管理文化。

## 第二节 重大风险的识别、评估与应对

公司定期（每半年）组织全公司范围的风险排查与评估工作，由风险管理委员会办公室牵头，各归口管理部门及业务单位共同参与，确保及时、全面地捕捉风险信号。报告期内，公司识别并重点管理对可持续发展具有重大影响的风险类别，且整体管控成效良好，未发生重大风险事件。

### 公司风险类别

风险类别	定义及潜在影响	主要评估与控制措施
战略与投资风险	因外部环境剧变、战略决策不当或投资失误（如偏离主业、论证不充分）导致的发展受阻或资产损失。	强化战略研究与规划流程，严格执行“三重一大”决策制度，加强投资项目尽职调查与投后管理。

财务与流动性风险	因财务管理不当或无法及时获取充足资金导致的偿付危机或运营困难。	实施全面预算管理，加强现金流监控，设定“应收账款增速不高于收入增速”等关键定量指标进行预警。
运营风险	因内部流程缺陷、人员操作失误、系统故障或外部事件（如供应链中断、安全事故）导致的直接损失。	建立健全各业务环节的内部控制流程与操作规范。例如，在安全生产领域，中信书店严格执行《安全生产管理办法》《消防安全管理制度》及《食品安全管理标准》，通过“两检查、三台账、两看板、一报告”的监管机制和系统的应急预案，保障门店与物流中心运营安全。
法律合规与声誉风险	因违反法律法规、监管要求或发生负面事件（如内容违规、知识产权纠纷、客户投诉升级）导致的处罚、诉讼及品牌声誉损害。	加强法律法规跟踪与合规培训，严格内容“三审三校”制度，特别是对网络出版物及新媒体内容。建立《声誉风险管理办法》及负面舆情快速处置机制，定期排查风险。
市场与信用风险	因市场价格（汇率、利率等）不利波动或交易对手违约造成的财务损失。	密切关注市场动态，对重大汇率风险进行套期保值管理；建立客户信用评估体系，控制交易账期与额度。

## 第三节 前瞻应对新兴与转型风险

在管控传统风险的同时，公司高度关注数字化时代下的新兴与转型风险，并主动布局，化挑战为机遇。

### 数字化内容与知识产权风险

近年来，数字内容盗版、侵权形式日益隐蔽和技术化，对公司核心资产构成威胁。公司积极运用技术手段，如利用 AI 识别侵权链接。主动与大型互联网平台建立反盗版合作机制，共享侵权特征信息，开展深度治理试点，从源头和技术层面加强版权保护。

### 互联网与新媒体运营风险

新媒体平台已成为内容传播和品牌互动的主阵地，但也带来了内容导向、信息失真、账号安全等风险。公司制定了《互联网传播平台规范管理规定》和《网络出版物及新媒体内容三审管理办法》，对全公司 201 个自媒体账号实行统一备案、内容三审和动态管理。通过制度约束、流程审核和专项培训，确保网络空间信息发布的安全、合规与质量。

### 人工智能（AI）技术应用风险

AI 技术在提升出版效率的同时，也带来内容质量、版权归属、伦理合规及数据安全等方面的新挑战。公司秉持“内容为王、技术赋能、风险可控”的原则，积极探索 AI 的合规创新应用。报告期内，自主研发的“夸父 AI”平台已深入赋能选题策划、翻译审校、封面设计、营销推广等出版全链条，实现主要环节效率提升 50% 以上，并荣获中宣部相关研究院“创新应用案例”认可。公司通过建立 AI 生成内容的质量审核标准、明确版权协议条款、加强训练数据安全等措施，有效管控 AI 应用风险，推动出版业智能化转型的稳健前行。

## 第十章

# 利益相关方 与实质性议题

### 聚势谋远 共绘价值新经纬

中信出版集团深刻认识到系统性沟通的重要性,已将利益相关方参与机制正式纳入公司治理架构。公司秉持“及时、准确、双向、可追溯”的原则,建立了贯穿战略决策、日常运营与信息披露全过程的制度化沟通体系,致力于确保各方关切能在公司治理与业务发展的关键环节得到有效识别与回应。

在董事会战略与可持续发展委员会的领导下,公司系统性地与投资者、读者、员工、作者与合作伙伴、政府与监管机构、社区及供应商等核心利益相关方开展多元化的定向沟通。基于年度重要性议题评估程序,公司识别出对公司财务价值及对社会与环境产生显著影响的核心 ESG 议题,并将这些议题经过量化分析与情景研判后,被整合进公司“战略规划 - 目标设定 - 绩效管理 - 行动执行”的闭环管理流程,成为驱动可持续商业实践、增进社会福祉与应对环境挑战的关键管理要素。

## 第一节 利益相关方沟通

中信出版将利益相关方沟通纳入可持续发展管理体系,通过常态化、多渠道沟通识别诉求、回应关切,保障沟通的透明度与有效性。公司结合出版行业属性与自身业务布局,明确股东、债权人、评级机构、客户、供应商、合作伙伴、政府及监管机构、行业协会、员工、工会以及社区、社会团体、媒体等核心利益相关方,围绕经营发展、内容安全、文化责任、绿色运营、合规治理等主题开展沟通互动,将相关方期望转化为 ESG 管理与信息披露的改进方向。

公司建立覆盖识别、对接、反馈、复盘的全流程沟通机制,定期开展问卷调查、座谈会访谈、实地走访、线上互动等活动,同步收集意见建议并纳入议题评估与年度工作规划。沟通活动兼顾常规信息传递与专项诉求响应,针对重大事项、监管要求、社会热点及时启动专项沟通,确保相关方知情权、参与权与监督权得到落实。

利益相关方群体	核心关注与期望	公司的主要沟通与回应渠道
投资者与股东	公司的长期财务价值 / 治理效能 ESG 风险管理及可持续发展战略	定期业绩发布会 / 股东会 投资者关系热线与邮箱 / 年度报告及 ESG 报告披露 参与资本市场 ESG 评级沟通
读者与客户	高品质的文化产品与服务 / 数据隐私与安全 可持续的消费体验 (如绿色印刷、环保包装)	客户服务热线 / 社交媒体互动 读者俱乐部 / 市场调研 产品反馈渠道 / 书店线下活动
员工	公平的雇佣环境 / 健康与安全 职业发展与培训 / 多元与包容的文化	内部通讯平台 / 定期员工大会 / 满意度调研 职业发展通道与培训体系 / 工会与职工代表大会
作者、译者与合作伙伴	公平合作 / 版权保护 诚信履约 / 协同推广优秀文化	定期合作洽谈会 / 版权合同管理 作者版税透明结算 / 行业论坛与交流活动
政府与监管机构	合规经营 / 依法纳税 响应国家文化战略 / 助力“双碳”目标与乡村振兴	定期汇报与工作对接 / 参与政策研讨 严格按照证监会、交易所等要求进行信息披露
社区与社会公众	企业公民责任 / 公益慈善投入 知识普惠 / 推动社会文明进步	开展及支持公益阅读项目 / 组织员工志愿者活动 发布社会责任实践案例 / 参与社区共建
供应商	公平采购 / 绿色供应链要求 协同发展与合规经营	供应商准入与评估机制 / 采购合同与行为准则 就绿色纸张、低碳物流等议题进行专项沟通与合作

公司通过上述常态化机制,在 2025 年累计收集并处理了来自各利益相关方的关键意见与建议,这些反馈已成为公司识别 ESG 重要性议题、优化管理实践的重要输入。

## 第二节 重要性议题分析

### 识别过程

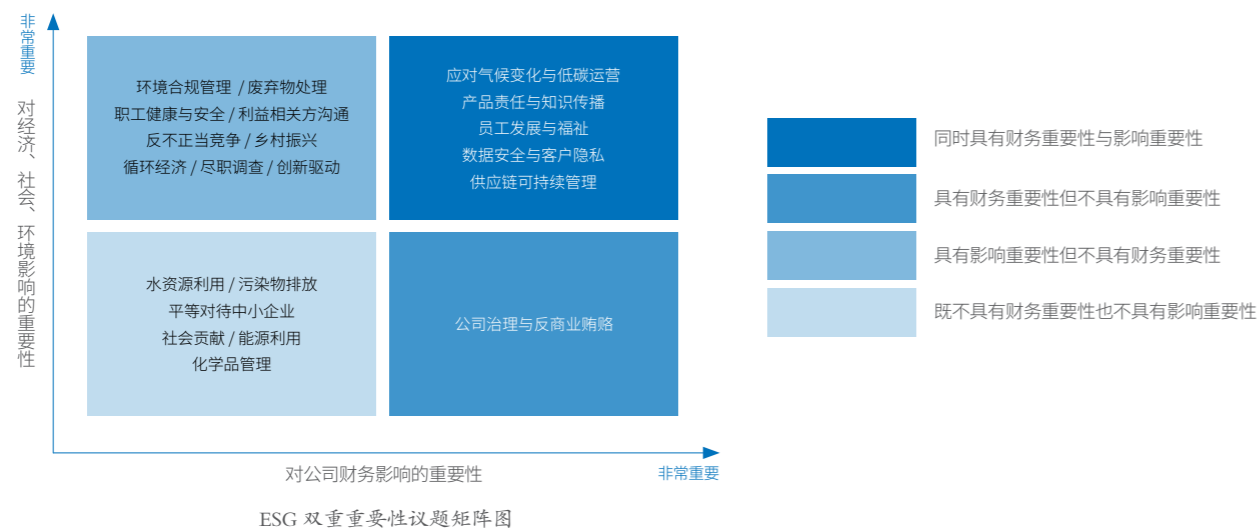
报告期内,中信出版遵循深交所可持续发展报告指引要求,采用双重重要性原则,同步评估议题对公司财务、战略、运营的影响(财务重要性),以及对环境、社会、利益相关方的实际影响(外部影响重要性),确保评估结果客观、全面、可验证。

评估工作以 2024 年 ESG 报告重要性议题为基础,结合 2025 年监管更新、行业趋势、业务变化、利益相关方诉求开展。评估过程遵循“合规性、相关性、实质性、完整性、可比性”原则,不夸大影响、不简化流程,以数据与事实为支撑形成最终议题矩阵与优先级排序。

### 重要性议题评估流程

议题清单梳理	结合出版传媒行业特性、公司业务(图书出版、数字阅读、IP 文创、知识服务)、ESG 三大支柱及监管披露要求,初步形成覆盖治理、内容、社会、环境、供应链、数字化等领域的议题清单,剔除与公司业务弱相关、影响极小的事项。
利益相关方调研	面向投资者、员工、客户、供应商、行业专家等开展问卷调研与深度访谈,收集各群体对议题的关注度、期望与风险感知,形成诉求汇总与权重分布。
内部专家评估	组织董事会、管理层、合规、内容、财务、人力、运营、供应链等部门代表组成评估小组,从财务影响、战略影响、运营风险、合规要求、外部影响、利益相关方关注度六个维度进行评分。
双重重要性矩阵分析	分别核算财务重要性得分与外部影响重要性得分,将议题划分为高度重要、重要、一般重要三个等级,最终确定纳入 2025 年 ESG 报告披露的核心议题。
审议与确认	重要性评估结果与议题清单提交管理层与董事会审议,通过后作为本年度 ESG 报告披露、目标设定、管理改进的依据。

### 重要性议题矩阵



### 核心议题

基于矩阵分析,公司对高度重要议题实施优先管理与重点披露,建立专项责任部门、明确年度目标与行动方案,定期跟踪执行进度并纳入内部考核。

应对气候变化与低碳运营	气候变化带来的政策、市场及物理风险,直接影响公司的运营成本(如能源价格)和业务连续性。同时,向低碳转型是出版业响应国家“双碳”战略的必然要求,通过推广电子书、使用绿色纸张、优化物流等举措减少碳足迹,不仅能管理风险,也能塑造负责任的品牌形象,契合读者与投资者的期待。公司将借鉴集团在“双碳”管理方面的经验,逐步设定并披露自身的量化减排目标。
产品责任与知识传播	这是出版企业的立身之本。提供高质量、多元化、符合社会主义核心价值观的内容产品,是公司的核心社会责任。议题关乎品牌声誉、读者信任与长期市场竞争力,也直接影响到文化传承、公众教育与思想进步。公司将持续加强编审质量管理,并探索以创新形式履行知识普惠责任。
公司治理与商业道德	健全的治理结构、有效的董事会监督、严格的合规与反腐败体系,是公司稳健经营、防范重大风险、保护股东利益的根本保障。同时,诚信经营、尊重知识产权、公平竞争,对构建健康的行业生态至关重要。公司将持续完善由董事会战略与可持续发展委员会引领的三级 ESG 管治架构。
员工发展与福祉	吸引、留住并激发优秀人才是公司持续创新的源泉。提供安全、健康、包容、有成长空间的工作环境,保障员工合法权益,是企业的基本社会责任。公司将继续投入资源于员工培训、职业发展与关怀体系。
数据安全与客户隐私	在数字化转型过程中,保护作者、读者及合作伙伴的数据安全与个人隐私,已成为关键的合规风险与信任基石。一旦发生数据泄露,将导致严重的财务损失(如罚款、诉讼)和声誉危机,并侵害客户权益。公司将加强相关制度建设与技术防护。
供应链可持续管理	将 ESG 要求延伸至纸张供应商、印刷厂、物流服务商等合作伙伴,有助于管理供应链中断、合规违规等风险(财务重要性),并能协同推动整个产业链的绿色转型与社会责任履行(影响重要性)。公司将逐步开展供应商 ESG 评估,并探索绿色采购的具体路径。

## 第十一章 经济绩效与税务

2025年，中信出版集团股份有限公司坚守文化主业高质量发展与可持续价值创造双主线，以优质内容为核心、数智化转型为驱动、全渠道运营为支撑，实现经营规模稳健增长、营收结构持续优化，以扎实的经济绩效筑牢企业可持续发展根基，为股东、客户、员工及产业链伙伴创造长期价值。

### 第一节 经济绩效

全国图书零售市场中居单体出版社

首位

经济管理类图书出版发行，连续多年稳居市场

第1位

影游漫IP图书跃居细分品类市场占有率

第1位

公司实现营业收入170,214.80万元，实现归属于上市公司股东的净利润13,009.45万元；图书出版与发行业务作为核心主业持续领跑，经济管理、传记、艺术等细分品类稳居市场第一，影游漫IP图书在爆款产品带动下跃居细分品类市场占有率首位，内容竞争力持续转化为营收优势；数智服务业务依托中信书院App与企业学习平台，C端用户运营与B端政企服务双线突破，知识服务商业化成效显著；在城市文化空间运营业务，中信书店场景化运营与IP衍生新零售业务快速增长，非书业务成为营收新利润增长点。

### 第二节 税务实践

2025年，公司因偷税漏税等情况受到税务主管机关处罚的情形

0次

2025年，公司持续深化税务治理体系建设，严格遵循国家税收法律法规及财政部、国家税务总局相关文件精神，围绕“合法运营、依法纳税”的核心方针，全面落实《中国中信集团有限公司税务管理办法》及《中信出版集团税务管理办法》等内部制度。在管理原则上，坚持分级管理、职责分离、风险预防与动态控制相结合，强化税务管理前移，将税务合规嵌入经营决策与日常业务流程。年内，公司积极参与税务机关组织的政策培训与专题交流，重点关注千户集团管理、税收优惠适用等最新政策动态，持续提升税务人员专业素养与风险应对能力。2025年，公司未发生因偷税漏税等情况受到税务主管机关处罚的情形，税务管理运行平稳，合规基础进一步夯实。

## 第十二章 商业道德

### 信以立身，廉以立业

中信出版坚持公正交易与诚实守信为经营准则，致力于通过透明的治理、公平的竞争，在利益相关方之间建立起稳固的信任联结。唯有将商业道德深度融入组织血脉，企业才能在创造卓越经济价值的同时，赢得广泛的社会认同，最终实现可持续的高质量发展。

报告期内，中信出版持续恪守高标准商业道德规范，不断完善廉洁高效的内部治理与风险管控体系，严格规范市场行为，并与供应链伙伴共建诚信、透明的商业生态，推动经济效益与社会价值的协同提升，为公司的长远发展筑牢坚实根基。

## 第一节 商业道德规范与制度建设

报告期内，公司任何因违反法律而受到行政处罚的情况

0次

中信出版构建了以党纪国法为遵循、以内部规章为支撑、覆盖经营管理全流程的商业道德规范框架。公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》等法律法规，坚决抵制垄断行为，坚持公平竞争与诚信经营。公司主营业务集中于市场化的大众出版领域，行业集中度低，竞争充分，不存在市场支配地位。公司高度重视营销合规，所有对外宣传内容均经过法务部门审核，有效防范不正当竞争与虚假宣传风险。报告期内，公司未发生任何因违反法律而受到行政处罚的情况。

报告期内，公司修订发布了《关于员工收受礼金礼品登记上交管理办法（试行）》，明确界定了礼金（如现金、有价证券、支付凭证）和礼品（如电子产品、工艺品、烟酒茶等）的范围，严格要求全体员工不得收受可能影响公正执行公务的礼金礼品，对未能拒收的，须在收受之日起一个月内登记上交公司纪委统一处理。纪委办公室对上交物品进行分类管理（如变现上缴财务、用于公益义卖、纳入固定资产等），并建立规范的登记、移交和台账制度，确保了处理过程的透明与合规。

作为国有文化企业，公司坚守意识形态阵地，坚守内容安全与意识形态风险管控。公司制定了《中信出版集团互联网传播平台规范管理规定》和《中信出版集团网络出版物及新媒体内容三审管理办法》，对所有互联网传播平台（官网、社交媒体账号等）及新媒体内容实行“统一标准、统一尺度”的全流程管理，明确了信息发布的“七条底线”和鼓励方向，确保所有传播内容导向正确、合法合规。规定颁布后，通过总编辑例会宣贯，并依托创新学院组织“新媒体舆论导向专项测试”培训，提升了相关人员的风险防控能力。

## 第二节 商业道德监督、举报机制

中信出版建立了多渠道、规范化、闭环管理的监督与信访举报体系。公司依据《驻中信集团纪检监察组信访举报工作规定（试行）》，制定了《中信出版集团股份有限公司纪委信访举报工作实施办法（试行）》，明确纪委办公室归口管理职责，公开了包括邮寄信件、当面反映、电话举报及其他指定渠道在内的多种举报方式（具体渠道信息以公司官方公布为准），确保利益相关方能够便捷、安全地反映问题。

在受理与办理流程上，公司严格规定了信访举报的接收、登记、分流、办理和反馈流程。对于实名检举控告，实行优先办理，并在受理后 15 个工作日内告知受理情况，办结后 15 个工作日内反馈处理结果，保障举报人的知情权。公司严格执行保密制度，严禁将举报材料和举报人信息泄露给被检举对象，并在宣传报道中保护举报人隐私。对于诬告陷害行为，公司将依规依纪依法严肃处理；对经核查失实的举报，在必要时按规定予以澄清，保护干部干事创业的积极性。

### 公司信访举报流程



## 第三节 商业道德文化建设与培训宣贯

中信出版通过多层次、全覆盖的教育培训，持续培育廉洁诚信的企业文化。公司将商业道德与纪律教育纳入全员培训体系。针对党员领导干部“关键少数”，公司将《中国共产党纪律处分条例》等党纪法规作为干部教育培训的必修课。在中信管理学院的卓越班等培训项目中，公司专门安排《条例》辅导课程，重点加强对新提拔干部、年轻干部和关键岗位干部的纪律培训。同时，公司深化警示教育，通过召开警示教育大会、组织参观廉政教育基地、剖析违纪违法案例等方式，以案说德、以案说纪、以案说法、以案说责，让党员干部知敬畏、存戒惧、守底线。

为严格落实党风廉政建设责任制，公司组织中层以上领导干部签订《党风廉政建设责任书》，与关键岗位人员签订《廉洁从业承诺书》，形成“一级抓一级、层层抓落实”的责任闭环。此外，公司还将商业道德教育融入日常工作场景，通过内部刊物、宣传栏、线上学习平台等多种渠道，持续宣传廉洁合规理念，分享典型案例，解读政策法规。

公司围绕易发风险领域，对业务实操人员开展专项培训。针对互联网传播平台运营人员，公司不仅制定详细管理规定，还通过创新学院组织“新媒体舆论导向专项测试”及配套讲解，提升从业人员对内容安全、广告合规、知识产权等商业道德相关风险的识别与防范能力。

## 2025 年度关键绩效

指标名称	单位	2025 年度数据
反贪污培训次数	次	2
董事参与反贪污培训次数	次	2

## 第四节 供应链商业道德延伸与共建

中信出版将商业道德建设的要求延伸至供应链上下游，致力于与合作伙伴共建公平、透明、诚信的商业生态。

报告期内，公司廉洁合作协议签订率

100%

公司将廉洁要求嵌入供应商准入与管理体系，建立了严格的供应商筛选机制，将商业道德表现作为供应商准入、评级与合作续约的重要考核指标。公司明确要求所有供应商遵守国家法律法规及行业道德规范，不得存在商业贿赂、不正当竞争等违规行为，对存在违规记录的供应商实行一票否决制。在合作过程中，公司与供应商签订廉洁合作协议，明确双方在廉洁从业方面的权利与义务，共同防范利益输送风险，构建“亲清有度”的合作关系。报告期内，公司廉洁合作协议签订率 100%。

公司通过《关于员工收受礼金礼品登记上交管理办法》等制度，明确规范了与供应商、合作伙伴等业务往来中的行为准则，严禁员工收受可能影响商业判断的礼金礼品。在合作过程中，公司注重将廉洁诚信理念传递给合作伙伴，通过合同条款、沟通函件及日常交往，传递公司对反腐败、反商业贿赂的坚定立场。公司要求供应链相关业务人员严格遵守公司规定，并将此作为维护健康合作关系的基础。报告期内，未发生涉及供应链环节的重大商业贿赂或不道德行为投诉。

## 第十三章 供应链管理

为防范供应链风险,中信出版不断完善供应链制度建设,坚持诚信原则,加强供应链廉洁管控,同时将供应商 ESG 考核全面纳入供应链管理体系,在确保供应链稳定与安全的同时,实现公司的绿色可持续发展。未来,公司将持续以 ESG 为引领,深化供应链管理体系升级,携手合作伙伴打造文化赋能型供应链生态,为行业可持续发展树立标杆。

## 第一节 供应链治理体系

中信出版通过健全制度体系、优化组织架构、深化 ESG 融合、实施分类管理,构建了权责清晰、流程规范、可持续的治理框架,全面覆盖评级机构关注的治理结构、制度完备性、利益相关方协同等核心指标。

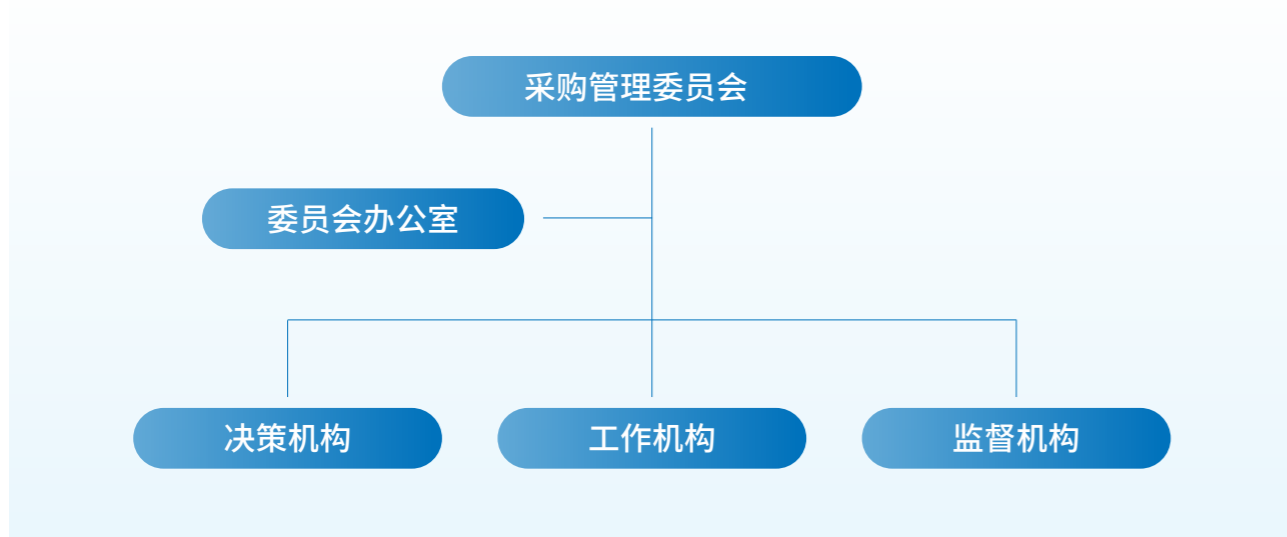
为加强对供应商的管理,确保公司生产经营工作得到有效保障,中信出版制定了《供应商管理办法》,明确了供应商准入、考核、评价、退出的全流程管理规范,同时确立了各部门在供应商管理中的具体权责,为供应链管理提供了坚实的制度保障。

### 供应商全生命周期管理

供应商准入及评鉴	所有潜在供应商均需填写详尽的《供应商调查表》,涵盖公司资质、财务状况、生产能力、质量体系、管理水平及 ESG 相关表现等多维度信息。由采购管理部牵头,联合其他部门组成评审小组,依据《新供应商评审表》进行综合打分。对于大宗或批量采购的供应商,评审结果须报采购管理委员会决策机构审批。
供应商考核及再评价	采用量化评分机制,以《合格供应商评价表》为核心工具,从质量、交期、价格、服务四大维度进行全面考核,形成科学合理的评价体系。考核周期根据供应商重要性差异化设置,所有合格供应商每年进行一次总评和复查,关键、重要供应商每半年考核一次。
供应商动态管理	通过质量问题记录、不合格产品警告、书面整改、暂停采购、限期整改等阶梯式管理措施,持续优化供应链体系。若供应商连续两批产品不合格,无法解决问题或未提供有效整改方案的,将启动退出流程。
供应商退出	对存在不良合作行为的供应商,视情节轻重给予警告、通报或解除合作关系。因质量安全环保问题造成较大经济损失、延期交货影响经营 1 个月以上或无理由拒不履行合同等情况的供应商,将被禁止合作。

公司设立采购管理委员会作为采购工作的领导与决策机构,履行供应链采购归口管理、采购制度与计划预算审议、采购投诉处理、特殊采购方式项目审议等核心职能,以规范的议事决策机制实现供应链采购工作的科学化、规范化管控。

### 中信出版供应链管理组织架构



### 中信出版供应商分类统计表 (2025 年度)

分类	具体类别	供应商 (家数)
供应商总数		8,527
按地区	境内	7,981
	境外	546

## 第二节 可持续供应链

公司紧密围绕“品质保障、风险可控、可持续共赢”三大核心展开供应链管理，并将环境、社会及治理 ESG 因素深度融入日常决策与执行过程。

公司坚持严格的供应商筛选与动态考核，通过《供应商调查表》及《新供应商评审表》等多维评估，综合考量供应商的资质、产能、技术、质量、价格与服务。公司对合格供应商实行年度考核与分级管理，考核标准涵盖质量、交期、价格与服务四大维度，对于出现重大质量问题、交货严重延误等情况的供应商，执行预警、整改及退出机制，确保供应链的稳定与产品服务质量。

公司积极响应国家“双碳”目标及可持续发展号召，将绿色环保作为重要的战略采购标准。在关键的原材料及服务采购中，公司

明确将环保认证作为强制性准入门槛，引导上游产业链绿色转型，降低公司产品全生命周期的环境足迹。在纸张招标中，公司要求投标方必须具备环境管理体系认证、能源管理体系认证、中国环境标志产品认证以及 FSC/PEFC 森林认证。在印装服务招标中，公司要求供应商具备环境管理体系认证、排污许可及中国环境标志产品认证。

公司利用技术创新提升供应链效率与韧性，通过升级供应链数字化运营能力，优化从采购到交付的流程，公司自主研发的“夸父 AI 平台”已深入应用于翻译评估等业务场景，全年为超过数千种图书提供智能评估支持，大幅缩短评估周期，切实展现了技术赋能下供应链效能的显著提升。

报告期内，供应商廉洁协议签署率达

**100%**

公司将商业道德与反腐败置于供应链管理的优先位置。所有合格供应商在首次签订合同前，必须签署《供应商廉洁承诺书》，承诺杜绝任何形式的贿赂、不当馈赠及利益输送，并接受违规处罚条款，包括支付罚金、列入黑名单乃至永久取消合作资格，从源头筑牢廉洁防线。报告期内，供应商廉洁协议签署率达 100%。

与供应商保持良好关系是公司可持续采购工作的关键举措。中信出版每年对所有供应商至少进行一次互访，对销售规模较大的供应商，每半年安排一次互访，加强与供应商的交流合作，及时掌握市场动态与产品趋势。

## 第三节 平等对待中小企业

作为文化出版行业的领军企业，公司始终秉持公平、公正、透明的商业原则，致力于在供应链管理中平等对待所有合作伙伴，特别是中小企业。公司在供应商遴选、招标采购等环节，严格遵循公开、公平、公正的原则，不设置针对中小企业的歧视性门槛。公司积极拓宽采购渠道，确保符合资质的中小企业能够平等参与竞争，获得商业机会。

公司严格遵守《保障中小企业款项支付条例》及相关法律法规，建立了规范的财务结算流程。公司致力于缩短对中小企业供应商的付款周期，确保合同款项按时足额支付，切实保障其现金流健康，缓解其运营压力。报告期内，公司未发生逾期支付中小企业款项的情况。

公司不仅将中小企业视为交易伙伴，更视其为共同成长的生态伙伴。公司通过定期沟通、技术交流等方式，与中小企业供应商保持良好互动，并在合规前提下，探索在知识服务、数字技术等领域的协同创新机会，助力其能力提升。

# 环境篇

第十四章 应对气候变化

第十五章 环境合规管理



## 第十四章 应对气候变化

气候变化是全球共同面临的严峻挑战。作为一家具有高度社会责任感的国有文化企业,中信出版集团深刻认识到应对气候变化对于实现可持续发展、推动生态文明建设以及保障公司长期稳健运营的重要性。公司积极响应中国“2030年前碳达峰、2060年前碳中和”的国家战略目标,将气候变化因素纳入公司战略与日常运营,依托文化出版核心业务优势,通过气候主题内容传播、自身运营全维度减碳、行业生态共建等多元举措,持续探索文化企业低碳发展路径,为全球气候治理贡献出版行业的智慧与力量。

### 第一节 应对气候变化治理

公司高度重视气候变化相关的治理工作,致力于建立并完善覆盖董事会、管理层及各业务单元的治理架构,以确保气候议题得到有效的监督与落实。董事会作为最高治理机构,负责监督公司整体 ESG 战略,包括气候变化相关议题,确保其与公司长期发展目标及国家“双碳”战略保持一致。管理层则具体负责气候战略的执行与落地,将低碳理念融入出版策划、供应链管理、办公运营及大型活动等日常决策中。公司正推动形成跨部门协作机制,由出版、运营、财务等职能部门共同参与气候风险的识别与应对,确保气候治理融入企业运营的各个环节。

### 第二节 应对气候变化战略

作为知识密集型和服务型企业,中信出版识别了气候变化带来的主要风险与机遇,其中物理风险相对较低,但转型风险和机遇尤为突出,公司正逐步将这些因素纳入战略考量,以增强业务韧性和把握新的增长点。

风险类型	风险描述	发生可能性	风险影响程度	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
转型风险	政策与法规风险:国内外日益严格的环保法规(如碳排放管控、包装材料限制)可能增加合规成本,影响传统出版、物流及供应链环节。	高	中	生产(印刷、包装)、物流、供应链	合规成本上升,运营成本增加,可能面临罚款。	密切关注政策动态,提前进行合规性评估与规划;推动供应链绿色化,优先选择符合环保标准的合作伙伴;大力发展数字出版,从源头减少纸质材料依赖。
转型风险	市场与声誉风险:读者、作者及合作伙伴对企业的环境表现日益关注,若公司未能展现足够的低碳行动力,可能影响品牌声誉、作者资源及市场份额。	中	高	品牌与营销、作者关系、产品销售	品牌价值受损,优质作者资源流失,市场份额下降。	主动披露环境绩效与减排目标,提升透明度;持续出版和推广 ESG 主题图书,巩固绿色品牌形象;将 ESG 理念融入作者合作与读者互动,构建绿色生态圈。
物理风险	急性物理风险:极端天气事件(如暴雨、洪涝)可能对位于风险区域的仓储物流中心造成破坏,导致图书库存损失、物流中断。	低	中	仓储、物流	资产损毁,业务中断,产生额外维修与物流成本。	在仓储选址与物流规划中评估气候风险;建立应急预案,对重要库存进行防灾管理;购买相应的财产保险。

机遇类型	机遇描述	发生可能性	机遇影响程度	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
产品与服务机遇	绿色内容需求增长：社会对气候变化、可持续发展知识的需求激增，为相关主题图书、课程及知识服务带来广阔市场。	高	高	产品开发、内容策划、销售	开辟新的收入增长点，提升在专业出版领域的市场份额和品牌领导力。	设立 ESG/ 碳中和专项出版计划，打造权威产品线；利用“夸父 AI” 平台提升绿色内容策划与生产效率；拓展数字阅读、有声书等低碳形态的知识产品。
市场机遇	低碳运营效率提升：通过数字化、智能化转型和资源效率管理，降低运营能耗与物耗，直接节约成本。	高	中	办公运营、生产流程、物流	降低电力、纸张、包装等直接运营成本，提升利润率。	深化无纸化办公与智慧出版，减少实物耗材；推行绿色办公举措；优化物流体系，采用环保包装，降低运输排放。

### 第三节 气候变化影响、风险及机遇管理

结合出版行业发展特点与公司自身业务实际，针对识别出的气候变化风险与机遇，公司制定全方位、系统性的应对战略措施，将碳减排与绿色发展融入出版业务全价值链，实现风险有效防控与机遇充分把握，推动企业可持续发展。



通过推广数字化办公、优化设备能效、倡导节约理念，实现了显著的环境绩效提升。2025 年，公司中国大陆地区电力消耗量 1,621,240.66 千瓦时，同比下降 7.64%。

公司加强公务用车全生命周期管理，2025 年公务用车汽油消耗量 9,371.79 升，保持平稳合理水平，无柴油消耗。公司对公务用车进行规范化调度，优化出行路线，减少空驶里程，新增公务用车均采用国五排放标准，逐步替换高排放老旧车辆，同时建立公务用车油耗监测体系，将油耗指标纳入车辆管理考核，引导驾驶员养成节能驾驶习惯，从用车调度、车辆更新、驾驶管理多方面管控移动源碳排放。

此外，公司充分发挥出版企业的内容传播优势，将气候治理知识普及与低碳理念传播作为重要社会责任，通过持续策划出版气候变化、可持续发展相关主题图书，打造专业、权威的绿色内容产品，满足社会对绿色知识的需求，并积极参与行业可持续发展交流活动，以多元形式推动气候治理理念的传播。同时，公司利用官方新媒体平台，开设低碳科普相关专栏，分享气候变化知识、低碳办公与生活方式，推动绿色理念的大众普及，实现社会价值与企业品牌价值的双赢。

### 第四节 气候变化指标与目标

中信出版依据温室气体管理国际标准 ISO 14064-1 等相关标准，每年对运营控制范围内的温室气体排放进行盘查。报告期内，公司温室气体排放来源主要为日常办公及生产运营过程中，因消耗汽油等能源而产生的直接排放，即范围一排放；使用外购电力所引发的间接排放，即范围二排放。

中信出版 2025 年温室气体排放和能源使用情况统计表

指标类型	单位	2025 年度
汽油消耗量	升	9,371.79
电力（大陆地区）	千瓦时	1,621,240.66
能源消耗总量	吨标准煤	209.45
能源消耗强度	吨标准煤 / 百万元营收	0.12
范围一（直接排放）	tCO <sub>2</sub> e	46.975395
范围二（间接排放）	tCO <sub>2</sub> e	869.8286
温室气体排放总量	tCO <sub>2</sub> e	916.803995
温室气体排放强度	tCO <sub>2</sub> e / 百万元营收	0.54

注：能源消耗总量计算参照《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》附录二《中国能源统计年鉴 - 附录 4- 各种能源折标准煤参考系数》

碳排放计算的排放因子参照国家发展改革委制定的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》、生态环境部与国家统计局联合发布的《2022 年电力二氧化碳排放因子》进行核算

## 第十五章 环境合规管理

### 深化绿色发展，共建生态文明

中信出版集团始终将绿色发展理念深度融入企业战略与日常运营。2025年，公司持续完善环境管理体系，强化合规运营与风险防控，在绿色出版、资源节约、循环利用及低碳运营等多个维度系统推进，致力于将环境友好型实践贯穿于出版产业链的全过程，以实际行动守护绿水青山，为生态文明建设贡献文化企业的独特力量。

## 第一节 完善环境管理体系，筑牢绿色发展根基

公司建立了权责清晰、运行有效的环境管理组织架构与制度体系，确保环保工作有章可循、责任到人。由公司管理层总体负责环境方针与目标的制定，各业务单元及职能部门具体落实相关环境管理要求。报告期内，公司进一步梳理并明确了在纸张采购、印制生产、物流仓储及办公运营等环节的环境管理职责，将环保绩效纳入相关部门的考核范畴。

2025年，公司因违反环境保护法律法规而受到行政处罚的事件

0 件

在合规管理方面，中信出版严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等国家及地方各项环境保护法律法规。公司制定了严于国家标准的内部《绿色印刷质量规范》，并将其与供应商准入标准深度绑定。2025年，公司未发生因违反环境保护法律法规而受到行政处罚的事件，环境合规管理体系运行有效。为应对潜在的突发环境事件，公司建立了应急预案机制，定期对重点环节进行环境风险排查，并组织相关培训与演练，提升员工的应急响应能力，确保运营活动对环境的影响得到有效控制。

## 第二节 推行绿色供应链管理，促进物料循环利用

中信出版坚信，绿色出版始于源头。公司对供应链实施严格的环保准入与过程管理，致力于构建资源节约、环境友好的产业生态。

在纸张采购环节，公司继续将环境管理体系认证、能源管理体系认证、中国环境标志产品认证及 FSC/PEFC 森林认证作为纸张供应商的强制准入标准，从源头保障纸张来源的合法性与可持续性。在印装服务招标中，供应商必须具备 ISO 14001 环境管理体系认证、有效的排污许可证及绿色印刷资质。报告期内，公司通过集约化采购、统一图书开本规格与版式规范，进一步提高了无涂布、无荧光等环保纸张的使用比例，并坚决杜绝环保部门明令禁止的生产工艺。

### 纸张供应商强制准入标准包括



图书入库外包装纸箱出库环节重复利用率

100%

报告期内, A4 复印纸消耗量约为

6,182 千克

较 2024 年下降

15.18%

其他类型复印纸消耗量约为

145 千克

公司电子废弃物处置量

344.50 千克

公司大力倡导并实践物料循环与资源化利用。在包装环节, 通过优化包装结构设计, 持续推广使用标准化、可重复利用的瓦楞纸箱。2025 年, 公司出品平台使用的图书入库外包装纸箱实现了出库环节的 100% 重复利用, 最大限度地减少了包装材料的消耗与浪费。对于运营中产生的各类废弃物, 公司严格执行分类管理。针对无害废弃物, 如办公耗材, 通过推行无纸化办公、鼓励双面打印、建立废旧物品(如装订边角料)内部循环利用机制等措施, 从源头减少产生量。

报告期内, A4 复印纸消耗量约为 6,182 千克, 较 2024 年下降 15.18%, 其他类型复印纸消耗量约为 145 千克, 亦呈下降趋势。对于有害废弃物, 如废弃电子产品、硒鼓墨盒等, 公司委托具备专业资质的第三方机构进行合规回收处置, 确保其对环境的影响降至最低。报告期内, 公司电子废弃物处置量 344.50kg。

## 第三节 创新绿色设计与技术应用, 驱动产业升级

中信出版将绿色设计理念融入产品开发与生产流程, 积极探索和应用环保技术, 以创新驱动出版业的绿色转型。公司持续推进“图书规格标准化、版式规范化”管理, 通过集约化生产显著降低了单位产品的能耗与物料损耗。报告期内, 公司进一步扩大了数码按需印刷技术的应用范围, 根据实际需求精准印制, 有效避免了传统印刷因过量备货造成的纸张浪费和库存压力, 同时减少了油墨使用与相关污染。

## 第四节 践行绿色办公与节能降耗, 打造低碳运营空间

中信出版将绿色运营理念落实到每一个办公场所和每一位员工的日常行为中, 致力于打造资源节约型、环境友好型的工作环境。

报告期内, 公司市政用水耗水量为

2,230 m<sup>3</sup>

在能源管理上, 公司持续优化用电策略。所有办公场所均采用高效节能的 LED 照明设备, 并合理设置空调运行温度与时间, 倡导“人走灯灭、人离机关”的用电习惯。通过加强设备巡检与维护, 确保能源使用效率。在水资源管理方面, 公司关注用水设备的跑冒滴漏, 加强日常维护, 并开展节水宣传, 提升全员节水意识。报告期内, 公司市政用水耗水量为 2,230m<sup>3</sup>。

在绿色办公文化建设上, 公司通过内部倡议、培训宣传等多种形式, 鼓励员工践行低碳生活方式。例如, 积极参与所在写字楼组织的“低碳骑行”等公益活动, 推广绿色出行; 持续优化线上办公流程, 减少不必要的差旅与线下会议; 鼓励员工自带水杯, 减少一次性用品的使用。这些举措共同营造了全员参与、共同践行绿色环保的企业氛围。

# 社会篇

第十六章 合规雇佣

第十七章 员工薪酬、福利

第十八章 员工培训与发展

第十九章 职业健康与安全

第二十章 产品与服务

第二十一章 研发创新

第二十二章 信息安全与隐私保护



## 第十六章 合规雇佣

人才是企业可持续发展的核心驱动力,中信出版集团基于《中信集团职能部门招聘管理办法》《关于进一步规范校园招聘工作的意见》等文件要求,系统搭建公司招聘体系建设、渠道管理及实施流程,使公司在保障公平就业、优化人才配置、防控用人风险等方面完善雇佣实践,助力公司实现人才与业务的协同可持续发展。

## 第一节 招聘体系建设

中信出版集团严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国民法典》等核心法律,同时结合上级主管单位要求,制定了《中信出版集团招聘录用管理办法》,公司的人力部门通过明确统一的招聘原则、标准化的用人标准、清晰的职责分工及科学的计划管理,与各业务部门协同构建了覆盖需求发起、计划制订、流程落地的全链条规范化体系,保障招聘工作有序合规开展,同时实现人岗精准匹配、人力效能优化的作用。

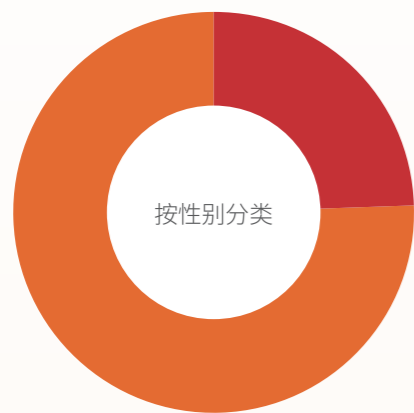
### 中信出版集团招聘原则

	核心内容
招聘原则	1. 必要性原则: 在部门人均效能达标、工作量饱和前提下,为业务发展实施招聘 2. 市场导向原则: 面向社会、公开招聘、平等竞争、全面考核、择优录用 3. 机会均等原则: 内外部结合,先内后外,员工与外部应聘者享有均等应聘机会 4. 全面考察原则: 对知识、经验、技能、教育背景、胜任力、职业操守等全方位考察,实现人岗匹配

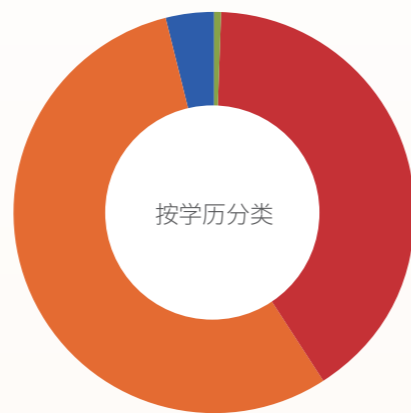
### 中信出版集团招聘计划制订流程

环节	核心内容
需求分析触发场景	1. 缺编补充: 员工异动(调动、退休、晋升等)、离职,按规定编制补充 2. 新增岗位: 部门新增业务或职能,由新增岗位承担 3. 新增编制: 为完成部门扩大的业绩目标,新增编制 4. 储备人才: 为满足部门未来发展需要,进行人才储备
需求分析策略	1. 对工作量不饱和的需求岗位,优先采用内部岗位工作内容扩大化方式 2. 对短期需求或专业技能型较强的岗位,可采取业务外包、兼职、劳务用工等方式 3. 对整体人效不高的部门,优先进行内部人员结构调整
计划制订	根据招聘需求分析结果,形成年度/季度/月度招聘计划,明确招聘岗位、数量、到岗时间、岗位职责、任职资格

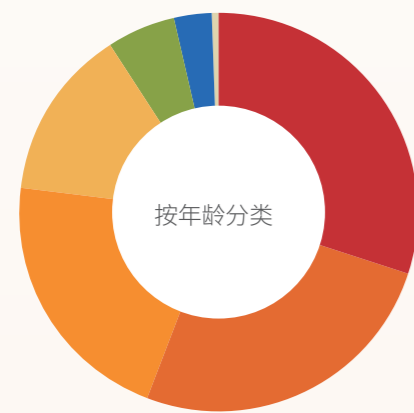
## 中信出版集团 2025 年员工情况概览



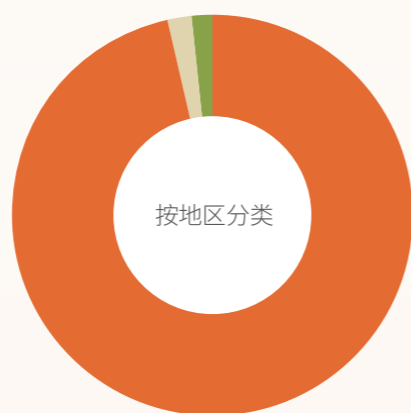
● 女性员工：740 人 ● 男性员工：243 人



● 博士研究生员工：6 人 ● 硕士研究生员工：392 人  
● 大学本科员工：545 人 ● 大学专科及以下员工：40 人



● 30岁及以下的员工：296 人 ● 31至35岁的员工：254 人  
● 36至40岁的员工：208 人 ● 41至45岁的员工：136 人  
● 46至50岁的员工：54 人 ● 51至55岁的员工：30 人  
● 56岁以上的员工：5 人



● 中国大陆员工：980 人 ● 港澳台员工：2 人  
● 境外员工：1 人

## 招聘渠道

中信出版根据不同岗位层级与人才类型的差异化需求,搭建了“内外部协同、常规与专项互补”的一体化招聘渠道体系。在渠道运营方面,公司统筹运用网络招聘平台、新媒体传播、内外部推荐等多元渠道开展社会招聘,同时稳步推进校园招聘与内部人才选拔工作。通过科学布局招聘渠道、实施常态化运营与精细化维护,公司实现了各类人才资源的精准匹配,既持续提升招聘效率,也有效保障了人才选聘质量。

2025 年,中信出版充分贯彻《国务院办公厅关于进一步加大稳就业政策支持力度的通知》以及人社部、教育部、财政部《关于做好 2025 年高校毕业生等青年就业工作的通知》,开展专项校园招聘。全年共开展校园招聘 29 场,吸纳应届毕业生 7 人。



## 招聘实施流程

公司的人力部门结合公司招聘录用管理办法要求,梳理形成标准化招聘录用流程,明确各环节操作标准与合规要求,并强化全流程管控,保障招聘工作的公平、公正、公开;实现招聘质量与效率的双重提升,充分践行 ESG 公平就业、合规运营的核心要求。

招聘环节规范开展岗位信息发布、简历筛选、综合测评、分级面试、体检、背景调查、录用审批及入职办理。简历筛选坚持亲属回避、公正择优,综合测评与分级面试实行独立评分、集体决策,重点考察候选人综合素质与岗位匹配度。关键岗位实施全面背景调查,严格核查教育、履历、职业操守等信息,确保录用人员合规可信。全流程落实信息真实承诺与廉洁合规要求,切实维护就业公平。

## 第二节 员工反歧视与多元化管理

中信出版集团严格贯彻落实《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》《消除就业和职业歧视公约》等相关法律法规及公约要求,结合公司经营管理实际,制定中信出版集团招聘录用管理办法,公司通过全面审核应聘者基本资格、精准核查年龄信息等刚性举措,严格禁止雇用或变相支持雇用童工、强迫用工等违法行为,坚决守住用工合规红线。同时,公司坚定反对任何形

式的就业歧视与职场骚扰,杜绝因性别、年龄、种族、宗教信仰等无关因素产生的不平等待遇,确保每一位员工都能在公平公正的环境中竞争工作岗位、享有平等的职业发展机会,充分尊重和保障员工基本人权,切实维护全体员工的合法权益。

报告期内,公司少数民族员工共 52 人,占员工总人数的 5.29%,其中少数民族管理岗位员工 15 人; 员工劳动合同签订率达到 100%,实现全员合规签约全覆盖; 报告期内未发生任何劳工歧视、雇用童工及强迫劳动相关事件,用工管理合规有序。



同时,公司恪守《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规要求,全面落实女性员工劳动保护各项政策,依法为女性员工提供产假、哺乳假、育儿假等各类法定假期福利,切实保障女职工身心健康与合法权益。同时,公司秉持性别平等核心理念,严格遵循同工同酬原则,着力消除性别薪酬差异,确保女性员工在岗位竞聘、职业培训、职务晋升等方面享有与男性员工平等的权利,为女性员工职业发展搭建广阔平台。

此外,公司高度重视女性员工关怀工作,积极组织开展形式多样的女员工专属活动, 2025 年三八妇女节期间,公司开展了涵盖健康生活、传统文化等主题的读书会和手工活动,参与人次达 900 人,充分展现女职工巾帼风采,切实提升了女性员工的归属感与幸福感。

### 第三节 民主管理与沟通

公司深入贯彻落实民主建设相关要求,以健全机制、强化引领为抓手,扎实推进各项民主管理工作,切实凝聚起全体职工干事创业的强大合力,为公司高质量发展注入持久动力。

为确保职工依法有序参与企业管理,充分保障职工的知情权、参与权、表达权、监督权。中信出版集团工会强化规范会议制度,将涉及职工切身利益的重大事项、重要制度纳入会议审议范围,在报告期内顺利审议通过《中信出版集团股份有限公司职工处分办法(2025)》等相关制度,确保制度制定科学合理、贴合职工需求、符合企业发展实际。

同时完善民主管理治理结构,通过设立意见箱、监督电话、专属邮箱、开展座谈会、民主恳谈会等多元化信息公开方式,便捷收集职工维权咨询、意见建议。报告期内,有序完成职工董事选举工作,进一步畅通职工参与企业决策的渠道,让职工代表直接参与企业重大决策研讨,充分反映职工诉求、汇聚职工智慧,推动企业决策更加民主、科学、务实,真正实现“职工参与管理、共建共享发展”的目标。

### 员工申诉机制

公司制定《中信出版集团股份有限公司职工处分办法(2025)》,如有员工对本人处分决定不服,可按流程申请复审与复核,全程保障陈述申辩权。



## 第十七章

# 员工薪酬、福利

中信出版的薪酬管理体系始终以“按劳分配、按绩取酬、兼顾公平、赏罚分明”的原则；以《公司领导人员薪酬管理办法》《中信出版集团股份有限公司薪酬核算及发放实施细则》为依托；以公平激励、价值导向为方向，通过精准的举措设计与动态优化执行，保障了员工的合法权益与合理回报，实现员工价值与企业发展的同频共振。

## 第一节 薪酬管理体系

### 公司差异化薪酬结构

公司针对不同岗位实施差异化薪酬结构，销售人员以基本工资、绩效工资、福利补贴加提成激励业务拓展，其他岗位人员以基本工资、绩效工资、福利补贴加年终奖实现保障与激励并重，同时配套适配的薪酬体系支撑公司发展。

### 薪酬管理举措

为保障薪酬体系的公平性、激励性与竞争力，公司通过四大核心举措构建了覆盖岗位价值、绩效表现、人才发展与市场对标全维度的薪酬管理框架。

### 中信出版薪酬管理体系概览

核心举措	实施内容	核心作用
岗位评估确定岗位相对价值	基于岗位职责、工作难度、能力要求等维度开展系统评估，明确各岗位在组织中的相对价值排序	为薪酬水平设定提供科学依据，确保薪酬分配与岗位价值匹配，夯实内部公平基础
员工绩效与薪酬挂钩	将薪酬分配与个人绩效考核结果直接关联，绩效表现直接影响薪酬水平与增长空间	强化绩效导向，激励员工主动提升工作绩效与岗位贡献，推动个人成长与组织目标达成
对高潜力员工提供更具竞争力的薪酬	针对核心骨干及高潜人才，设计差异化薪酬策略，提供更具市场竞争力的薪酬待遇	精准激励核心人才长期发展，稳定人才队伍，保障公司战略落地的人才支撑
参考行业薪酬水平和市场供求关系	定期开展行业薪酬调研，动态对标市场薪酬水平与人才供求趋势	确保公司薪酬水平具备外部竞争力，有效吸引、保留优秀人才，优化人才配置效率

## 第二节 员工福利体系

中信出版集团紧扣《关于做好国有企业津贴补贴和福利管理工作的通知》《中国中信集团有限公司津贴补贴和福利管理指导意见》等国家及集团政策要求，制定《中信出版集团股份有限公司津贴补贴和福利管理办法》，构建起合规多元覆盖、精细施策、长效监督的福利管理体系，既实现福利分配的合法合规、可控可管，又充分兼顾不同群体员工的多元需求，切实保障员工合法权益，推动企业与员工共生共荣，彰显国有企业的社会责任与治理担当。

### 福利体系合规

公司严格对标人社部、中信集团关于津贴补贴和福利管理的顶层要求,明确津贴补贴、福利的定义、适用范围及调整机制,同时要求各子公司在办法框架内结合经营情况调整项目和标准,实现全级次企业福利管理的制度统一。同时,明确福利项目支出列支职工福利费管理,集体福利部门职工工资性收入纳入工资总额管理,工会福利、职工教育经费等按国家规定单独列支,实现福利费用的精细化预算管控;津贴补贴严格纳入工资总额管理并在应付职工薪酬中列支,严禁以代金券、报销等形式在工资总额外变相设置或发放。

另外,设置动态调整机制,当国家相关规定、办公地物价水平、社会平均工资、公司经营效益等参照因素发生较大变化时,及时调整津贴补贴、福利的项目设置及标准,确保福利水平与内外部环境相适配,实现员工福利动态化管理。

### 多元化福利

公司围绕员工工作、生活的核心需求,构建起多元化福利体系,实现福利体系的全人群、全场景覆盖。针对不同职级、岗位、人群、地域设置差异化的福利标准,避免“一刀切”式福利分配,让福利资源向一线岗位、核心人才、离退休老同志倾斜,实现福利分配的效率与公平兼顾,提升福利管理的精准度和有效性。此外,公司还按国家规定设置丧葬补助费、抚恤金等救助性福利,参照中信集团相关办法为困难职工发放生活补助,形成日常保障、专项关怀和救助帮扶的福利闭环,全方位解决员工工作中的实际困难。2025年,通过开展生日福利、节日福利、消费金等各类福利项目,全年服务职工超6,300人次,实现职工福利全覆盖。

### 困难员工帮扶

生病住院员工慰问

10 人次

员工直系亲属去世慰问

5 人次

中信出版聚焦女职工、困难职工等重点群体,精准对接需求,用温情服务切实解决职工急难愁盼问题。2025年,针对困难职工及日常关怀,发放生病住院员工慰问金10人次、员工直系亲属去世慰问金5人次,及时传递组织温暖。

## 第三节 文体活动

中信出版为丰富职工精神文化生活,厚植企业文化浸润氛围,增强职工团队凝聚力与归属感,围绕传统节日、竞技赛事、健康生活等维度,策划并开展系列形式多样、内容丰富的文体活动,为公司高质量发展凝聚了强劲的精神力量。

### 开展传统节日活动,营造喜庆祥和的节庆氛围

案例



2025年春节期间策划书画庆春节活动,特邀嘉宾现场带领职工写春联、绘书画,同步设置美食DIY趣味互动环节,近600名职工踊跃参与,职工在动手体验中传递节日祝福、感受传统文化魅力,营造出喜庆祥和、团结和睦的节日氛围。

### 参与竞技赛事,展现昂扬奋进的团队风貌

案例

公司整合内部文体资源,组建职工合唱团、乒乓球队、篮球队等专项文体队伍,积极代表公司参与集团职工歌咏比赛、集团运动会等各类竞技赛事。2025年先后斩获集团职工歌咏比赛第四名、集团运动会篮球赛“道德风尚奖”。



### 举办健康活动,树立科学健康的生活理念

案例



公司积极响应集团体重管理相关号召,将健康理念深度融入职工日常工作生活,打造线上线下融合的常态化健康文体活动体系。开展AI运动燃脂活动,吸引200余名职工主动参与,引导职工利用碎片时间开展运动;常态化组织云上健步走、职工跳操等健身活动,其中职工跳操活动累计开设36节课,累计吸引1,000余名职工参与,通过多样化、低门槛的健身活动,持续引导职工养成科学运动、健康生活的良好习惯,切实提升职工身心健康水平。

案例

中信出版结合公司出版主业特色,打造兼具文化性与专业性的专属品牌文体活动,推动企业文化建设与主业发展深度融合。2025年举办“金牌讲书人”特色活动,活动历时三个月,共征集到来自8个事业部的37位参赛者提交的55份作品,活动设置双赛道进行专业评比并评选出系列奖项,充分挖掘职工文化特长,彰显出版主业特色;开展职工线上听书互动活动,为职工搭建碎片化学习平台,活动上线一个月内即吸引330名职工参与,累计收听时长超500小时,有效推动职工形成“爱读书、善读书、读好书”的良好习惯,厚植了浓厚的文化学习氛围。



## 第十八章 员工培训与发展

中信出版集团围绕“内容为王、技术赋能、人才领航”核心方向，聚焦“3618”人才目标，构建覆盖“选录用留”全周期的出版人才生态体系，通过战略引领、分层培养、精准激励等维度，形成从内容创造到数字传播到跨界整合三位一体的人才竞争优势，为公司高质量发展夯实人才根基。

## 第一节 员工培训管理

### 培训体系建设

中信出版执行集团干部教育培训制度体系，研究设计培训大纲，实施专业技术人员及新晋管理人员培养项目；制定《中信出版培训管理实施办法》《中信出版培训项目运营管理细则（试行）》等制度，以“5+2”人才培训体系为核心，由中信出版创新学院主导实施，通过制度机制规范、分层分类培训计划、创新平台支撑形成全链条培训管理体系，同时，过程中优化培训需求管理，训前精准把握需求、训中动态调校、训后动态复盘；通过员工绩效结果、市场变化等方式识别培训需求，针对性制订培训计划；以达到全方位提升干部人才队伍的政治素养、专业能力与履职水平的目的，为公司高质量发展注入强劲动能。

### 中信出版培训管理组织体系

维度	核心主体	关键权责与流程
项目分类与主导	集团类项目	由中信出版创新学院主导，聚焦战略人才与关键业务，配置核心资源
	总部类项目	由总部各部门主导，对接创新学院，满足部门个性化能力提升需求
	子公司类项目	由子公司人力资源部主导，对接创新学院，统筹子公司能力建设
层级职责分工	集团总部各部门	提出本部门培训需求，对接创新学院
	子公司人力资源部	统筹子公司培训管理，对接创新学院
	子公司其他部门	提出本部门培训需求，对接子公司人力资源部
项目管理制度	一把手负责制	集团职能部门负责人、子公司领导对所辖范围员工能力提升负总责
	培训项目经理制	由专职培训人员/HR/资深员工担任，负责项目全流程；项目化运作，随项目起用、完成后自动结束

### 中信出版五大培训计划核心内容

培训计划	覆盖人群	核心培训内容与特色	作用
领航计划	中高层管理人员	聚焦战略思维、经营管理能力提升，助力核心管理者领导力提升	打造核心管理团队，应对行业变革，推动公司战略发展和创新。
后浪计划	基层管理人员及业务骨干	打造“卓越训练营”，提升团队管理、业务攻坚能力，培育中坚力量	通过“战略视野、经营实战、跨界创新”全方位提升高潜青年干部领导力，精准培育新一代管理者。

续航计划	出版专业技术人员	涵盖高级职称评审、出版中级考试“着陆营”、编辑继续教育、少儿培优、新媒体舆论导向等专项培训，助力专业人才深耕主业	提升出版专业人才政治素养、专业能力与AI应用水平，落实继续教育，强化资质提升。
启航计划	新员工	采用课堂讲授、主题活动、学习分享、外出现场教学等多元形式，各业务板块定制个性化专业培训，助力新员工快速融入	通过“文化浸润、技能赋能、实战检验”三阶培养，助力社招新人快速融入，提升文化认同与岗位胜任力。
璞玉计划	应届毕业生	通过“职前实习+岗前培训+在岗实践+教练带教+集中培训”五阶段培养，实现校园人到职场人的平稳过渡	选拔优秀毕业生，培养未来业务专家与管理人才。

### 创新培训平台建设

公司通过整合内外部资源、搭建数字化平台，构建“线下+线上”融合的培训支撑体系，打破时空限制，丰富学习场景，提升培训效能与质量。

### 中信出版培训资源建设举措

培训资源	核心举措
拓展培训场地资源	与北京联合大学机器人学院、嘉铭中心写字楼、中信书店启皓店等建立合作，打造多元学习空间
挖掘培训供应商资源	依托中信出版作者资源优势，与知识服务事业部合作，设计体系化人才培养项目
构建讲师资源库	内部专家、技能骨干、项目经理构成内部讲师；外部拓展行业专家、图书作者、签约讲师等外部资源
完善培训课程体系	建立管理序列、通用序列、专业序列三大课程体系，覆盖岗位能力全维度需求
搭建线上学习平台	升级迭代中信出版创新学院线上平台 • 升级数字化学习平台：引进培训考试系统，以考代学、以考促学，探索“学考结合”新模式 • 加强网络课程建设：按岗位分类、层级分级构建网络课程体系，涵盖党性教育、专业知识、综合技能等多领域，推动企业知识资产沉淀 • 推进培训管理数字化：利用线上统计工具精准记录培训数据，推广线上直播培训，提升培训组织效率与运营管理水平

## 第二节 人才发展

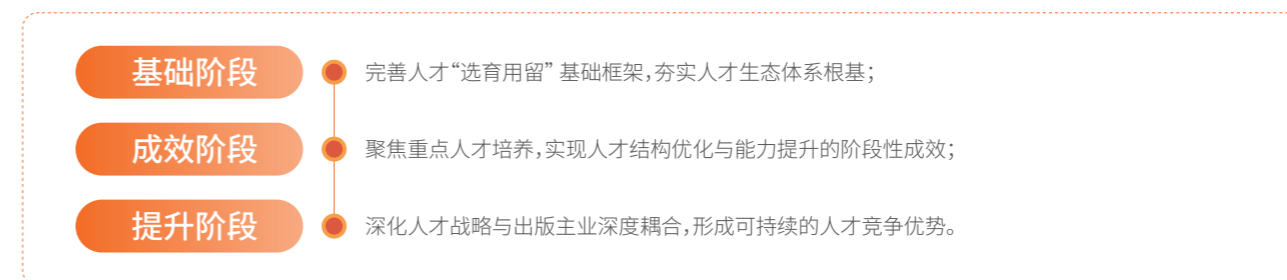
### 战略定位与核心目标

公司紧扣“十五五”战略规划指导思想，通过“基础—成效—提升”三阶段推进，打造精简高效的人才队伍，实现人才总量增长、结构优化、水平提升。

### 中信出版“3618”人才目标



### 中信出版人才三阶段推进路径



### 人才激励措施

#### 中信出版 2025 年人才激励措施

激励措施	核心内容	价值体现
常态化赋能	<ul style="list-style-type: none"> <li>启动“满天星计划”赋能员工创作者</li> <li>举办第三届金牌讲书人活动</li> </ul>	构建全媒体内容新生态，鼓励员工积极传递知识力量
卓越贡献激励基金	<ul style="list-style-type: none"> <li>专项突破、管理创新</li> </ul>	调动员工工作积极性和创造性

### 中信出版“满天星计划”开拓员工职业发展新平台

#### 案例



中信出版在坚守出版初心的同时拥抱时代变革，升级迭代“超新星计划”，新技术的发展也为内容创作者拓展价值边界提供了新机遇。动员全体干部职工开展“满天星计划”，2025年10月，中信出版召开“满天星计划”暨员工新媒体账号培养计划动员大会。明确将职工新媒体账号运营成效纳入职业发展体系，为全体职工搭建内容共创平台，进一步激发全员创造力、表达力，推动中信出版成为内容赛道集团军和全媒体先锋队。

## 第十九章 职业健康与安全

中信出版深入贯彻落实中信出版集团员工职业健康管理与安全生产工作要求, 严格落实员工职业健康与安全生产主体责任, 构建“权责清晰、制度完善、管控到位、处置规范”的全维度职业健康与安全生产管理体系, 全面保障从业人员的健康与生命安全、公众安全, 推动安全生产工作标准化、规范化、常态化开展, 为企业高质量可持续发展筑牢安全防线。

### 第一节 职业健康管理

#### 管理目标

公司长久以来, 持续将员工职业健康与安全置于发展优先位置, 通过系统化管理、常态化防控与全方位关怀, 构建从覆盖工作场所安全, 到健康保障, 到身心支持的全维度职业健康管理体系, 切实保障员工生命安全和身心健康, 助力“幸福中信”建设落地生根。

#### 中信出版员工健康保障体系

保险与医疗保障	为正式员工缴纳补充医疗保险, 为所有在职人员(含实习生)缴纳意外险, 实现社会保险覆盖率 100%, 构建多层次风险保障网络, 减轻员工医疗负担。
健康监测与预防	每年组织一次全员健康体检, 建立员工健康档案, 对健康风险进行早筛查、早干预, 引导员工养成健康生活方式, 提升健康管理意识。
身心关怀与支持	持续深化员工关爱体系建设, 通过多维度关怀举措提升团队凝聚力与向心力; 以职工为中心, 用心用情用力办好民生实事, 将“幸福中信”理念融入员工日常工作与生活, 助力员工实现职业发展与身心健康的协同提升。

社会保险覆盖率

100%

职业病发病人数

0人

### 第二节 安全生产管理

中信出版秉承安全第一、预防为主、综合治理、全员参与的安全生产管理方针, 根据运营场景需要, 中信书店建立“生产经营单位负责、职工参与, 集团和工会监管”的协同管理机制。以构建安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制为核心, 健全风险防范化解体系, 加大安全生产资金、物资、技术、人员投入, 持续推进安全生产标准化、信息化建设, 全面提升安全生产管理水平, 确保各项安全生产工作落地见效。

## 安全生产管理体系

为保障安全生产工作落地，中信书店制定《中信书店安全生产管理办法（试行）》《中信书店消防安全管理制度》《安全生产工作监督机制》《中信书店消防应急预案》《食品安全管理标准、制度及办法》等一系列制度文件，建立全员安全生产责任制，明确消防、用电、资产、食品、公众、从业人员、信息七大安全事项的标准化管理要求，对各安全事项的责任主体、操作规范、检查标准、台账管理等作出具体规定，覆盖办公、门店、库房、餐饮、机场项目等全业务场景。同时，成立专项安全生产工作小组，搭建“集团监管—工作小组统筹—部门/区域主责—安全员协管—全员落实”的五级责任体系，明确各主体核心职责，实现安全生产管理无死角、全覆盖。

## 安全生产工作小组核心架构及职责

工作小组为安全生产管理最高统筹机构，办公室设于综合管理部，统筹全店安全生产工作推进；同时按“业务属地化”原则，在各部门、各工作区域设置安全责任人（原则上由业务主要负责人担任），单一工作区域从业人员超 200 人的单独配置至少 1 名专职安全员，形成“统筹+执行”的双层管理架构。

## 中信出版集团中信书店安全生产管理架构和职责

岗位 / 机构	核心组成人员	核心安全生产工作职责
组长	公司法定代表人	审定安全体系制度、预算，召开安全工作会议，指挥重大事故应急处置，考核安全管理履职情况
副组长	供应链服务中心总经理	制定安全工作计划 / 预案，组织安全自查整改，指挥一般事故应急处置，落实安全投入与奖惩
主要成员	各业务、部门负责人	分领域落实，负分管责任
办公室	综合管理部	统筹安全宣传培训、人员考核，负责从业人员安全及人事行政资料信息安全，督办安全工作落实
	餐饮中心	制定食品安全管理标准，全面落实餐饮经营、员工食堂的食品安全管控
	库房 / 门店运营部门	制定属地消防、用电、食品等安全管理标准，全面落实库房 / 门店全维度安全管控
区域安全责任人	各部门 / 工作区域业务负责人	属地现场安全管理，开展隐患排查 / 培训演练，落实劳动保护，上报重大安全隐患
主要成员	专职 / 兼职配置	属地协管，负安全生产直接责任

## 中信书店搭建四大工作机制，保障管理落地

季度例会机制	安全生产工作小组每季度末至少召开 1 次全体会议，特殊情况临时召集，学习安全法规、分析安全形势、研究重大安全事项、部署安全工作，会议决议由责任部门落地执行，综合管理部负责督办。
双重预防机制	组织建立并落实安全风险分级管控和隐患排查治理机制，开展常态化危险源辨识与评估，对安全风险分级管控，对隐患早发现、早整改，从源头防范安全事故。
全员考核机制	将安全生产管理履职情况纳入员工年度考核核心指标，每年开展全主体安全考核，考核不合格者取消当年评优评先资格，停发当年年度绩效工资及奖金。
资金保障机制	组织制定安全生产专项工作预算，明确安全生产资金投入标准，财务部负责监督资金合规使用，确保安全生产条件所必需的资金、物资、技术投入落地。

## 安全生产管理举措

中信书店严格落实安全生产工作小组的工作要求，从体系建设、培训宣传、监督检查三大维度开展常态化安全生产管理工作，全面落实七大安全事项管控要求，推动安全生产工作走深走实。

### （一）强化体系建设，筑牢安全管理基础

1. 持续完善安全生产标准化建设，细化各岗位安全操作规程，确保各环节安全操作有标准；
2. 制定生产安全事故应急救援预案，针对消防、食品、人身伤害等不同场景制定专项应急处置方案；
3. 建立安全风险评估与论证机制，定期开展全业务场景危险源辨识和评估，动态更新风险台账；
4. 健全安全生产工作协调机制，及时解决各部门安全管理中的重大问题，打通安全管理堵点。

### （二）深化培训宣传，提升全员安全意识

1. 多形式开展安全生产法规、知识宣传，通过内部培训、海报、线上推送等方式，增强全员安全生产意识；
2. 制订年度安全生产教育和培训计划，开展全岗位安全培训，如实记录培训情况，提升管理人员及一线员工的安全管理能力和实操能力；
3. 组织开展消防、应急疏散等常态化应急救援演练，实现演练全覆盖，提升全员应急处置能力。

### （三）严格监督检查，压实安全管理责任

1. 常态化开展安全生产监督检查，定期排查生产安全事故隐患，提出改进建议并督促整改；
2. 组织开展安全生产责任制落实情况自查，对各级干部职工的安全职责履行情况进行定期考核；
3. 检查安全生产资金、物资投入的有效实施，确保各项安全保障措施落地；
4. 对安全隐患整改措施的落实情况进行跟踪督办，形成“排查—整改—复查—销号”的闭环管理。

## 七大安全事项标准化管控举措

针对消防、用电、资产、食品、公众、从业人员、信息七大核心安全事项，制定标准化管控要求，实现全维度、精细化管控，核心管控要点如下：

<b>消防安全</b>	落实全员责任，确保消防设备设施完好，消防通道畅通，建立消防管理台账，定期检查更换设备、开展消防培训及演练；
<b>用电安全</b>	规范全区域用电行为，定期检查线路、电器设备磨损情况，对问题设备及时维修更换，杜绝违规用电；
<b>资产安全</b>	资产管理精确到人，建立资产台账并定期盘点，对设备设施定期维保、年检，规范现金及有价卡券管理；
<b>食品安全</b>	严格把控食品原材料、制售、留样全流程，定期检查食品有效期及从业人员健康证，规范厨余垃圾处理，确保符合国家食品安全标准；
<b>公众安全</b>	保障门店及“门前三包”区域顾客安全，严格执行防疫政策，制定特殊情况应急预案，按时参保商业保险；
<b>从业人员安全</b>	落实劳动保护政策，开展岗位作业标准培训，规范特种设备、运输车辆使用管理，检查作业人员资质及身心状态，保障员工身心、财产安全；
<b>信息安全</b>	落实集团数据安全要求，分领域负责经营数据、客户数据、财务/人事资料等信息安全，确保数据传递、存储的安全、保密、准确。

## 安全事故标准化五阶段处置流程

针对所有安全事故，制定“汇报—现场处置—调查组组建—书面报告—调查与责任认定”的五阶段标准化处置流程，确保处置规范、有序。

<b>第一阶段 口头汇报</b>	事故现场人员立即按分级汇报范围口头汇报，说明事故时间、地点、涉及人员、简要经过、伤亡/损失情况及初步原因；
<b>第二阶段 现场处置</b>	保护事故现场（封存食品/设备、保留监控、划分事故区域等），迅速抢救人员和财产，防止事故扩大，安排专人陪同就医、配合警方调查；
<b>第三阶段 组建调查组</b>	按事故等级成立专项调查组，明确调查组“查明原因、认定责任、提出整改措施、追责建议”的核心职责；
<b>第四阶段 书面报告</b>	事故所在区域/部门安全责任人在事故发生后24小时内提交书面报告，内容包括事故详情、处置措施、控制情况等，有伤亡人数变化的30日内及时补报；
<b>第五阶段 调查与责任认定</b>	调查组查明事故原因，认定直接责任人、管理责任人、领导责任人，形成调查报告；四级及以上事故报出版集团审定，按规定对相关责任人进行处分。

## 安全生产管理成效与可持续改进

中信书店严格落实安全生产工作小组的工作要求，从体系建设、培训宣传、监督检查三大维度开展常态化安全生产管理工作，全面落实七大安全事项管控要求，推动安全生产工作走深走实。

- 持续加大安全生产资金、技术、人员投入，深化安全生产标准化、信息化建设，运用数字化手段提升隐患排查、风险管控的效率和精准度；
- 优化安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，动态更新危险源台账，针对新业态、新场景及时完善安全管理制度和应急预案；
- 强化安全生产培训和应急演练的针对性、实操性，丰富培训形式和内容，提升全员安全实操能力和应急处置能力；
- 推动安全生产管理与企业经营发展深度融合，将安全生产理念贯穿于业务全流程、各环节，持续压实各级安全管理责任；
- 建立安全生产管理工作持续改进机制，定期总结安全管理经验和事故教训，不断优化管理制度和管控措施，持续提升安全生产管理水平，以高水平安全生产保障企业高质量可持续发展。

## 中信出版安全生产管理绩效

2025年 中信出版发生安全生产事故 <b>0</b> 起	2025年 因公死亡事故数 <b>0</b> 起
近三年因 工作关系死亡员工数 <b>0</b> 人	近三年因 工作关系死亡的人员比率 <b>0</b> %

## 第二十章 产品与服务

中信出版以“立志成为科技驱动的、影响力世界一流的文化传媒和智库集团”为愿景，始终坚持社会主义先进文化前进方向，始终把握好意识形态属性和产业属性的关系，持续实践“价值出版”的出版哲学，秉持“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的理念为人民出好书。公司 2025 年在商业经管、科技前沿、科普新知、学术人文、流行动漫等领域签约多个重点选题，并持续拓展多元化渠道、电子阅读、IP 开发等产业链业务，推动公司向中国具有较强影响力和较大规模的综合文化服务提供商的转型目标稳步前进。

## 第一节 产品质量管理体系与制度

作为国内出版行业的头部企业，中信出版集团严格遵守《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规，以中信集团“诚实守信 以义取利 稳健审慎 守正创新 依法合规”的企业文化为指引，结合公司所处行业特性，制定了《选题论证管理办法》《重大选题备案管理办法》《互联网传播平台规范管理规定》《知识服务事业部网络出版物审核标准细则》等制度文件，严格落实《图书质量保障体系》《图书质量管理规定》的要求，把选题论证、“三审三校”、设计方案三级审核、重大选题备案、地图送审等工作落到实处。

### 中信出版网络出版物及新媒体内容三审管理流程体系

模块	核心内容
责任归属原则	遵循“谁制作，谁发布，谁负责”原则，网络出版物及新媒体账号归属板块/部门为第一责任方，管理责任人为第一责任人。
全流程管控	执行“选题论证→初审→复审→终审→发稿”的选题立项审核闭环；完善数字产品和新媒体内容审核发布流程，建立负面清单与动态监控机制。
人员分离要求	“初审—复审—终审”三审环节中，任何两个环节的审读工作不得由同一人兼任，确保审核独立性与专业性。
核心管理制度	严格执行责任编辑制度与总编辑终签制度，总编辑对发布内容拥有一票否决权；总编辑可授权管理责任人代行日常选题论证及发稿权。
特殊事项处置	重要选题、敏感选题须上报总编辑审核；若三审意见不一致，应提交总编辑进行最终裁决。

### 产品质量检测与风险排查

中信出版制定了《网络出版物及新媒体内容三审管理办法》，实行全媒体“统一标准、统一尺度”管理，确保音视频类产品、新媒体内容、营销活动导向正确，质量出色。

中信出版审读中心具体负责图书、网络出版物及新媒体内容的终审和质检。对于已经走完“三审”流程的定稿稿件，由责任编辑比照原稿进行编辑、排版、校对，由管理责任人对内容导向、时效性进行审核后发布。如稿件有原则性修改、增加观点或文字超过原稿件 10% 的，须重新“三审”。

### 提升产品质量的政策和举措

中信出版紧扣《把好“五关” 强化出版流程管控指导意见》，建立和实施严格、有效、可操作的内部图书质量保障体系，抓好选题策划论证、书稿审读编校、图书宣传推广等全流程各环节。公司定期召开宣讲会、调研会、专题会议，集体学习中央政策、行业要求、选题指导、出版提示等重要文件，提高全员政治站位，切实把好出版导向和重点方向。将“把好作者身份背景调查关、文稿质量关、内审关、编校关、宣传推介关”的要求融入日常工作。



中信出版举办 2025 年度好书、译者评审会

公司每月组织各出版板块开展图书阅评工作，还实施年度好书、译者评审会机制。2025 年好书、译者评审会邀请四位中信出版专家咨询委员会特聘专家和三位科普、财经专业领域专家组成内外部评审团，各事业部负责人推介各自候选图书及译者的内容特色、社会价值及市场表现，专家评委对入围作品进行点评，并就选题方向、产品线建设以及未来发展布局提出针对性优化建议。

### 数字化 AI 赋能质量审核

2025 年，公司全面推进 AI 出版应用落地。依托夸父 AI 平台与书讯出版平台，对出版业务实现全流程智能化赋能，有效推动业务高质量发展与效率提升。

AI 承担的重复性工作达 80% 审校错误检出率提升 15%

80%

15%

在审校环节，AI 可承担 80% 的重复性工作，涵盖基础校对、格式规范、数据核对及知识性错误排查等场景，审校错误检出率提升 15%，内容质量得到进一步保障。通过构建系统化智能协同机制，公司实现编辑、排版、校对、印刷全流程无缝衔接，整体出版效率显著提升。

公司 2025 年推出了图书智能体产品，该图书智能体可对现实案例做出分析、解读新闻热点，根据用户的对话深度和兴趣点，主动推荐书中关联章节，构建跨学科的知识网络，推动公司从“内容交付”向“知识服务”的战略跃迁。公司还独立开发了科技评论智能体“Thinker”，对内容产出与知识服务完成“AI+ 阅读，AI+ 科技评论，AI+ 媒体创新体验”三位一体的系统升级，打造个性化服务模式，加快推动形成“线上发现—线上互动—线下连接—回流沉淀”的全流程服务模式。

### 产品质量荣誉

公司优异的产品和内容质量受到多方认可，2025 年荣登“最具学术影响力出版社”等榜单，多种图书入选“2025 年经典中国国际出版工程”“2025 年度国家社科基金中华学术外译项目”“中国好书”“中国新闻出版广电报 2025 年度好书”“2025 年冰心儿童图书奖”等权威评选和推荐目录，斩获“第 37 届北京图书订货会”等多项荣誉，并在 2025 年“第 33 届全国图书交易博览会”上销售量高居第一。公司还凭借在文化出口领域的突出表现，荣获“2025—2026 年度国家文化出口重点企业”称号，也是连续第三次获得该奖项。



中信出版参加“第 37 届北京图书订货会”斩获两项大奖  
(左) 荣获“大家赞誉的展台设计”，(右) 荣获“大家赞誉的文化活动”

### 负责任营销

公司制定了严格的广告合规政策，建立了内部审核机制，对广告内容进行层层把关，确保每一则广告都符合法律法规和道德规范。公司对发布的广告等内容进行实时监测，一旦发现违规内容，立即进行整改或下架处理。如发现舆情风险，应按照《互联网传播平台规范管理规定》及时、妥善处理。管理责任人应定期排查所发布内容风险，监督责任编辑工作。

公司定期对业务人员进行广告合规培训，提升员工法律意识和职业道德水平，确保在工作中能够严格遵守出版内容和营销广告内容合规政策。

## 质量管理绩效

公司高度重视意识形态工作安全，持续开展意识形态专项测试以及编校质量、地图审读、图书封面、书号管理、外链管理等多次专项自查，针对发现的倾向性、苗头性问题落实整改，严控出版质量。

2025 年中信出版的各项业务的产品质量和  
服务发生的重大责任事故数量为

0 起

因质量问题导致的财务损失及法律诉讼

0 起

## 提升产品与服务可及性

中信出版紧扣《全民阅读促进条例》实施要求，以“所有人创作，所有人阅读”为核心理念，深度融入产品供给、场景搭建、服务落地全流程，通过特殊群体权益保障、线上线下场景延伸、公益普惠赋能、技术精准匹配、细分群体服务等多维度体系化举措，全方位打破阅读壁垒，降低阅读门槛，让优质出版产品与知识服务触达更广泛的社会群体，切实履行文化企业的社会责任与文化传播使命。

在特殊群体阅读权益保障上，公司针对性建立无障碍阅读服务保障机制，加大老年群体、视障群体的有声阅读服务力度；同时与内外部养老机构深度合作，共建老年阅读之家并定制推荐专属老年阅读书单，精准解决特殊群体的阅读难点，消除差异化阅读障碍。



在阅读场景拓展与触达便捷性提升方面，线下创新打造集阅读、活动、交流于一体的全民阅读示范空间，即将落地的朝阳大悦城中信书店旗舰店，将全力打造成首都“全民阅读旗舰空间”。同时，拓展“书店儿童阅读俱乐部”等社区阅读场景，同步推进“百家书香企业建设工程”，以企业阅读带动家庭、社会阅读场景延伸；线上升级中信书院 APP，持续拓展优质数字内容资源，专门开设全民阅读公益专区，免费开放优质出版内容，实现线上线下阅读场景的服务闭环，大幅提升产品触达的广度与便捷性。

## 第二节 客户服务

### 客户服务体系

中信出版高度重视客户服务工作，在《互联网传播平台规范管理规定》《知识服务事业部内容产品及新媒体运营审核要求》等文件中明确客户服务工作的具体内容和要求，织密“售前—售中—售后”服务体系。

公司 2025 年创新服务模式，积极开展丰富多样的读者见面会等会展活动；对机构客户（如学校、图书馆），建立专属客户经理制度，提供点对点服务。总之，公司持续改善读者的阅读体验，提升读者的品牌忠诚度、为拓展增值服务市场打下良好基础。



中信书店“听书”角

公司 2025 年推动“中信书店”品牌升级，优化在交通枢纽、城市商务、城市生活等区位的布局，覆盖主流人群出行、工作、生活全部场景，致力于成为“精选书店”“精品咖啡馆”“文化创意礼品店”“资讯传播站”“高端阅读俱乐部”及“文化沙龙”六位一体的“文化生活空间”，并设置服务台、配备专业咨询人员，向顾客提供具有美学品位的文化体验式消费服务，持续提升读者的线下服务体验，受到客户和相关方认可。近期中信书店雄安中央绿谷店荣获中国雄安集团颁发的“最美商业合作伙伴”称号。

### 产品服务售后机制

公司开设了官网、官方微信、联系电话、小程序、投稿邮箱等多种联系方式，方便客户和读者随时和公司沟通；公司设置专人负责查阅商务信息合作邮箱，意向方也可通过微信后台留言合作信息，新媒体编辑会在第一时间协助对接相应业务部门并做出回复；公司官网还提供英文版页面，方便全球读者获得公司产品信息，提升海外客户服务质量；在微信端，公司开发了官方读者交流群、打造“阿信小助手”服务工具，读者添加“阿信小助手”后可享受领取礼品、参加解读课、获得新书资讯等个性化服务。公司通过丰富的客户沟通渠道，全方位解决客户需求与问题，致力于提升公司的客服满意度达到 100%。

公司高度重视书籍装帧和内容质量。对有内容错漏或装帧问题的出版物，公司第一时间提供免费调换服务。

## 第二十一章 研发创新

持续的研发与创新能力已成为文化出版企业把握时代脉搏、引领价值风向、实现高质量发展的核心引擎。中信出版以战略性的研发投入、体系化的创新管理和开放协同的生态构建,不断夯实优质内容的策源能力,拓展知识服务的价值边界。公司坚定推进“一核两翼”战略,深化人工智能等新技术在出版全流程的应用,推动传统出版与新兴业态深度融合,为巩固文化自信、建设书香社会、服务国家战略持续注入创新动能。

公司致力于将前沿思想、深度洞察转化为触手可及的文化产品与服务。从奠定行业地位的经管图书矩阵出发,目前创新版图已成功拓展至少儿出版、数字阅读、知识付费、IP 衍生运营及城市文化空间等多个前沿领域。系列创新实践不仅满足了人民群众多元化、高品质的精神文化需求,更在全球文化交流与可持续发展议题中,传递着中国主张与中国智慧。

## 第一节 研发管理体系

中信出版以建设“科技驱动的、影响力世界一流的文化传媒和智库集团”为愿景,其所有创新活动均围绕提升内容质量、优化用户体验和创造社会价值展开。公司已构建起以“业务战略为导向、市场需求为牵引、技术应用为支撑”的研发与创新管理体系。该体系深度融入“图书出版与发行”“数智服务”“城市文化空间运营”三大主营业务板块,确保创新与经营实践紧密相连。

公司研发投入	占营业收入比例
<b>1,994.32</b> 万元	<b>1.17</b> %
研发人员	占公司总人数比例
<b>43</b> 人	<b>4.37</b> %

同时,中信出版鼓励研发创新,设立了完善的研发创新奖励机制,以激发员工的创造潜能,并通过组织内部培训、技术研讨会和行业交流,不断提升团队运用新技术、理解新趋势的能力。报告期内,公司研发投入 1,994.32 万元,占营业收入比例 1.17%;研发人员 43 人,占公司总人数比例为 4.37%。

### 研发创新经营发展规划

#### 1. 图书出版业务坚持精品定位,围绕 IP 打造融合发展生态,强化国际交流和传播。

公司将夯实“一核两翼”优质内容体系,打造精品出版高地。以财经社科内容作为一“核”,聚焦国家战略,紧扣新质生产力、中国式现代化、高质量发展、前沿科技、中华优秀传统文化等核心议题,实施“新经济研究”“前沿科技趋势”“创新与企业家精神”“文史焕新”等出版项目,持续推出有分量、有影响的财经社科精品读物。少儿内容作为其中一“翼”,转型为儿童成长服务商,以提升儿童科学素养与创新能力为核心价值主张,搭建陪伴成长的内容与教育服务体系;启动“发光读书会”2.0 升级计划,拓展“书店儿童阅读俱乐部”。文艺动漫内容作为另一“翼”,实施“中国之美”艺术出版、影视艺术出版、国风国潮新锐出版、“无界文库”等出版项目,锁定优质 IP 资源。围绕 IP 逻辑深化出版融合发展,精选内容 IP 和作者 IP,打造“IP×(图书+视频内容+文创+线上线下活动)”的多元复合拓展空间,增强品效和长尾销售效能。持续完善国际版权引进体系,从局部突破转向系统布局;构建中国议题的全球表达能力,推动形成贯通内外、兼具思想引领与市场活力的国际传播体系。

## 2. 数智服务业务构建“中信知识共同体”智库平台，赋能企业智慧化增长与人才发展。

持续建强会员权益体系和作者服务体系。系统整合中信出版庞大的作者、专家网络和中信集团体系内相关资源，建设“中信知识共同体”智库平台，夯实知识内核，将内容资源系统化、资产化、智库化；升级“知识精粹”AI知识库，构建“书+课+AI”融合产品体系，实现智能推荐与自适应学习。推动AI技术成果转化，探索AI数智出版平台、出版级AI翻译平台、图书智能体等产品的商业化推广。以B端企业服务为牵引，发挥中信体系协同效能。计划推进“百家书香企业建设工程”，以企业阅读带动家庭阅读和社会阅读，扩大企业客群和个人用户覆盖。

## 3. 城市文化空间运营业务打造全民阅读示范空间，提升盈利水平。

抓住全民阅读政策机遇，深化与地方政府、大型企业、高等院校等的合作，重点发展“轻投入、重输出”的运营模式，以输出选品、供应链和策划的专业能力为主，形成可复制的盈利模式。构建集“阅读、活动、交流”于一体的全民阅读示范空间，致力于成为推广全民阅读的行业标杆。2026年将启动“城市艺术计划”“店长IP计划”，北京朝阳大悦城的中信书店城市旗舰店将于上半年开业。

## 4. 择机推动IP运营业务成为第四大业务板块，形成IP全链路运营生态闭环。

作为公司“十五五”发展规划中重点培育的新业务，IP运营将成为四大支柱业务之一。公司将以优质的动漫、影视、游戏、流行文化IP衍生图书和衍生品新零售为基础，打通多形态IP、衍生品设计开发和销售的全版权运营全链路，开放引进战略资源。

## 5. 充分挖掘协同资源，加紧推进资本运作，助推公司转型升级和市值跃升。

公司将充分挖掘中信集团内部的协同资源，聚焦内容IP、传媒、金融信息服务、数智化转型、国际化发展等领域，稳妥开展战略合作、投资与并购重组。探索子公司股权多元化，引入具备资源互补优势的战略股东。深化央地合作模式，以投资、合资等形式撬动地方资源、助力地方发展，实现互利共赢。

### 研发情况

研发员工数量(人)	43
研发员工比例(%)	4.37
研发投入(万元)	1,994.32
研发投入占营收比例(%)	1.17

### 研发人员学历结构

学历结构类别	学历结构(人)
本科	32
硕士	11

### 研发人员年龄结构

年龄结构类别	年龄结构(人)
30岁以下(不含30岁)	2
30-40岁(含30岁,不含40岁)	34
40-50岁(含40岁,不含50岁)	7

## 第二节 创新成果展示

中信出版完善的研发管理体系运行良好，并结出了丰硕的创新成果，在夸父AI平台、出版协同平台、供应链协同平台、知新学院、中信书店一体化等多个维度取得显著进展。

### 中信出版研发项目成果及进展

主要研发项目名称	项目目的	项目进展	预计对公司未来发展的影响
夸父AI平台	建设全套内容制作AI工具体系，保持行业内容创作领先技术优势，推动公司智能化转型	在选题、译审校、营销等场景应用成效进一步提升，选题数据提效70%，翻译可达中上译者水平，营销素材AI辅助生成占比进一步提升，增效明显	以AI为驱动力，形成人机协同的新型出版生产模式，将对出版的生产效能大幅提升，在融合出版等板块提供内容创作新模式
出版协同平台	构建领先的出版数智化生产流水线，建设平台化、服务化的业务模式，实现面向出版生态的数智化协同体系	平台体系化建设工作已完成，在版税、印刷前等业务板块进行了定向优化，业务数字化程度进一步提升	该平台作为出版核心作业平台，将通过全链路数据化、精细化的流程管理，降低风险，提升运营效率

主要研发项目名称	项目目的	项目进展	预计对公司未来发展的影响
供应链协同平台	实现供应链智能化管理, 实现以数据驱动精细化运营, 实现供应、销售、服务几方面的效率最大化	已支持千余家供应商, 数十家店铺, 流通涵盖十万商品, 日订单十万以上的销售体系正常运转, 平台自动化水平进一步提升	该平台符合数字经济背景下的新零售业态发展趋势, 公司各板块供应链体系将顺畅运转, 以更好地实现经营目标
知新学院	构建以一个公司知识资产为核心、AI 驱动的企业学习与组织能力平台, 实现从内容出版向知识服务的战略转型	已完成平台基础设施建设并投入运营, 形成可规模化推广的企业学习解决方案。目前已有数十家企业签约入驻, 初步验证了平台在组织学习与能力建设领域的市场需求与商业可行性	该产品将推动公司从出版机构向知识服务商转型, 覆盖企业学习场景, 释放图书知识资产价值, 形成新的收入增长曲线, 并提升公司在 AI 知识服务领域的核心竞争力
中信书店线上线下一体化项目	实现新零售业态转型, 迭代数字化工具, 拓展业务边界和运营路径, 沉淀用户数据, 通过更立体化的营销体系, 升级服务能力	中信书店已切换至新业态, 完成线上线下业务全面上线, 市集、借阅、活动等复合型服务也在陆续展开	该项目的实施将改变书店新零售业务模式, 通过线上线下一体化可扩展书店业务场景, 丰富了服务方式, 助力用户服务体系升级

### 中信出版 2025 年研发成果

发明专利的申请数 (件)	发明专利的授权数 (件)	累计发明专利申请数 (件)	累计发明专利授权数 (件)	累计软件著作权数量 (项)
9	8	32	22	29

## 第三节 鼓励研发创新

中信出版鼓励研发创新, 致力于培育开放、包容、前瞻的创新文化, 将创新精神深植于企业基因。公司通过顶层设计、资源保障与文化塑造, 系统性地激励全员创新。

### 中信出版鼓励研发创新举措

战略引领	将“数智化”与“IP化”明确为核心战略, 为研发创新活动提供清晰的方向指引和资源倾斜;
机制保障	通过设立创新项目基金、建立跨部门敏捷团队等方式, 支持具有潜力的新想法、新模式的孵化与试点;
认可与激励	公司将创新成果与团队及个人的绩效评价、荣誉体系相结合, 对在内容创新、技术应用、模式探索中取得突出成绩的团队给予表彰与奖励。

## 第四节 知识产权保护

知识产权是文化创意企业的核心资产与生存根基。中信出版严格遵循《民法典》《商标法》《专利法》《著作权法》等知识产权法律法规, 将合法合规视为知识产权保护底线, 建立了贯穿创造、运用、管理和保护全流程的完善体系。公司设有专门的知识产权保护中心, 并已构建全方位、全链条反盗版侵权体系, 对一切形式的侵权行为持坚决反对态度, 对于侵犯他人知识产权的行为实行零容忍。同时, 公司通过持续的培训与宣导, 全面提升员工的知识产权保护意识, 使员工深刻认识到知识产权的重要性, 熟练掌握相关法律法规与操作流程, 从而在工作中自觉遵循规范, 从源头预防侵权风险。确保专利、商标、软件著作权等资产的规范管理。



得益于公司长期对知识产权工作的高度重视与系统化管理, 报告期内, 完成取证公证 1,662 件、诉讼立案 1,390 件, 积极参与版权保护工作, 获评“北京市新闻出版(版权)工作先进集体”, 成功取得全国首例电子书平台连带责任判例等标志性成果, 有效推动相关平台优化治理规则。

## 第五节 遵守科技伦理规范

中信出版严格遵守科技伦理准则, 在融合出版与数字内容服务领域, 中信出版始终坚持正确的政治方向、出版导向和价值取向, 将社会效益放在首位。

坚守出版主业伦理	严把内容政治关、质量关和学术诚信关, 所有出版物均经过严格的“三审三校”流程, 确保传播先进文化、普及科学知识;
负责任的技术应用	在推进 AI 技术应用过程中, 公司注重以人为本, 强调技术是辅助工具, 最终决策和内容责任由编辑团队承担, 确保内容产品的思想性和准确性;
保护用户隐私与数据安全	在数字产品运营中, 严格遵守《网络安全法》《个人信息保护法》等规定, 建立用户信息保护机制, 切实保障读者数据安全与隐私权益。

## 第二十二章

# 信息安全与隐私保护

中信出版严格遵守《网络安全法》《个人信息保护法》《个人信息出境安全评估办法(征求意见稿)》《个人信息和重要数据出境安全评估办法》《信息安全技术数据出境安全评价指南》等法律法规, 谨遵《中信集团信息安全管理规范》, 建立《中信出版集团股份有限公司数据安全规范》等制度文件, 确保数据的收集、管理、使用、存储均严格在法律边界内运行, 并持续升级完善数智化能力、有效赋能业务, 成为公司行稳致远的深厚壁垒和“护城河”。

## 第一节 信息安全管理

### 信息安全保护体系、制度

公司以《中信集团信息安全管理规范》《中信出版集团股份有限公司数据安全规范》为数据安全工作的指引, 专门设立信息数据中心, 作为中信出版数据安全管理的最高领导机构, 负责集团数据安全工作的统筹规划与指导, 协调解决与数据安全相关的重大问题、处置重大数据安全事件。

### 信息安全管理原则及流程

为规范公司数据安全管理工作, 筑牢数据安全防线, 依据《数据安全规范》要求, 公司数据收集、存储、使用、管理全流程严格遵循“最小权限原则、责任明确原则、完整性保护原则、保密性保护原则、合规性原则”五大核心原则, 从数据全生命周期管控、敏感信息全场景防护、技术安全保障等维度制定细化管理要求, 确保数据安全管理工作严密周全、落地执行。

信息数据中心牵头开展各信息系统账号的匹配验证工作, 各部门人员应配合对归属于该部门的账号相关用户角色及身份有效性进行检查, 信息数据中心根据检查结果对用户角色变更或身份失效的账号及时进行更新或删除。公司信息安全本着“谁主管谁负责、谁运营谁负责、谁使用谁负责”的原则, 对任何违反规定的任何部门或个人, 公司有权依据相关法律法规和规章制度对其追究相关责任。

### 安全等级分类

中信出版对公司数据进行全面梳理, 按照敏感程度和重要性进行分类分级, 针对不同级别的数据采取不同的安全防护措施。除涉及国家秘密的相关数据外, 中信出版的数据安全等级划分遵循中信集团信息资产分级原则, 分为核心商密、普通商密、内部公开、对外公开等四个级别。对于数据安全等级的评定和变更, 应根据实际使用情况定期进行评审和调整。数据安全等级变更需由数据所属部门提出申请, 经信息数据中心进行审批备案。

### 中信出版数据全生命周期安全管控要求

数据收集与提取管理	数据库、基础设施及数据本身的访问权限严格管控, 授予遵循最小权限原则; 数据提取以实际业务需求为前提, 落实“最小单元提取、最小提取率、最小提取量、尽快销毁”四方面安全原则。普通商密及内部公开数据优先通过防护措施到位的特定联网信息系统、工作邮箱采集; 原则上禁止通过传真机、移动存储介质、普通邮政/快递等方式采集普通商密数据, 特殊情况需经发送方主管单位批准, 并采取加密技术处理。
开发测试环境数据管理	信息系统开发、测试环境与生产环境严格隔离, 原则上禁止直接导入或使用生产数据; 确有需求的, 须由数据库管理员对所需生产数据完成脱敏处理后, 方可导入使用。
数据共享与集成管理	数据共享集成严格遵循实际业务所需的最小化原则; 涉及个人信息的, 必须保障个人知情权与选择权, 经个人授权同意后方可开展共享操作。跨境数据传输执行“只进不出”原则, 仅允许从境外向境内传输数据, 禁止境内数据向境外传输。

## 敏感信息全场景防护管理

公司针对敏感文件传输、敏感业务系统对外提供、敏感信息对外共享、网络与系统边界防护等全场景，制定了包含水印、脱敏加密、部署 DLP 系统等标准化、强制性的敏感信息防护管理要求。

## 数据传输与存储技术安全管理

公司针对数据传输、存储及业务系统部署环节，明确了敏感数据公网传输存储加密、敏感业务系统 HTTPS 部署、敏感数据系统访问管控等技术安全标准，全面强化数据安全技术防护能力。

## 网络环境风险控制

公司持续优化网络安全架构，采购并部署先进的防火墙、入侵检测系统 (IDS)、数据脱敏技术等，确保数据传输、存储和使用过程中的安全性。信息数据中心有权通过调查和溯源取证等活动对本管理办法的落实进行监督，负责定期对已有信息系统进行敏感数据防泄露测试和核查，如发现信息系统存在敏感数据泄露技术隐患、将及时进行改造升级。2025 年公司未发生任何重大数据安全与网络安全事件。

## 客户信息及隐私保护

客户隐私保护制度体系建设与运行情况	公司 2025 年未发生重大或显著的泄露客户信息隐私事件。
保障信息安全与隐私保护培训	公司定期开展全员数据安全培训。信息数据中心负责定期对集团总部人员进行增强数据防泄露安全意识相关的培训和宣贯，以提升员工对数据保护重要性的认识，并通过模拟演练测试员工应对突发安全事件的能力。
信息泄露应急处理办法 / 预案	公司建立了信息泄露应急处理预案。如发生由数据泄露导致的信息安全事件，则由数据所有者部门会同信息数据中心开展事件的定级、上报、处置及责任追究等工作。

# 第二节 数字化建设 / 管理

中信出版紧扣业务发展与管理升级核心需求，扎实推进信息化体系建设各项工作，2025 年在出版管理数字化落地、供应链体系升级、集团“管理上云”落实、云平台及信息安全体系优化等多领域取得阶段性显著成果，以数字化技术赋能业务全流程提质增效，为公司管理精细化、运营智能化奠定坚实技术基础。

## 2025 年中信出版数字化建设管理实践

出版管理数字化体系落地	核心业务管理实现精细化、线上化，完成印前成本系统化管控、版税核算线上化改造、版权预付金全生命周期数字化管理，贯通全业务流程。
供应链 3.0 体系化建设推进	创新“BOSE”融合架构，破解行业账务处理难题，研发智能化工具，实现约 50% 高重复性订单及 60% 订单任务自动化处理，核心业务贯通管理取得突破。

### “管理上云”要求严格落实

全面贯彻集团部署，有序推进数字档案馆、公文上云、采购上云、财务系统上云、安全运营中心等多板块上云工作并完成验收。

### 云平台与信息安全体系提质

云服务 SLA 持续保持 99.5% 以上，服务水平提升；跟进集团安全建设与攻防演练，完善信息安全体系，为数字化运营提供坚实安全保障。

## AI 出版平台建设

### 案例



中信出版持续完善信息化建设。公司第一时间响应 AI 爆发的技术趋势，独立开发的全链路智能出版平台“夸父 AI”2024 年上线、2025 年进一步升级，实现了编、排、校、印全流程的无缝衔接，将整体出版效率提升 3 倍，原来需要 3 个月的出版周期压缩至 1 个月，推动出版业突破传统边界，实现内容价值维度的全方位拓展。该产品推出以来受到多方认可。

报告期内，中信出版的“夸父 AI 平台”项目成功入选国家新闻出版署 2025 年度出版融合发展工程重点项目。

(上)“夸父 AI 平台”入选证书 / (下)中信出版夸父 AI 平台

## 数字化创新融合案例

### 案例



智能售货机器人为观众递上中信出版推出的 AI 系列丛书

2025 年 7 月，2025 世界人工智能大会 (WAIC) 暨人工智能全球治理高级别会议在上海开幕。中信集团以“智慧中信·共创新可能”为主题，携旗下多家单位连续第 4 年参会，全面展示在量子技术、AI for Science 等科技领域的前沿探索以及在智能制造、具身智能、低空经济、新消费等产业领域的领先实践。

中信出版携浙江人形机器人创新中心智能售货机器人共同亮相大会，为大会观众奉上《通用人工智能》《浪潮将至》《英伟达之道》等最新 AI 主题图书，吸引了众多参展观众及厂商代表亲身体验。



“信未来 AI+ 战略新生态”论坛现场

2025 年 11 月，中信出版团委等共同策划举办的“AI 赋能时光，实干驱动未来——信未来 AI+ 战略新生态论坛”成功举办，吸引中信内部员工、中信银行北京分行私人银行客户及人民大学校友近 200 人参加。资深 AI 专家围绕人工智能推动新质生产力发展、深度阐释我国宏观政策下人工智能发展的战略定位，并结合中信集团数字化转型成果，与中信集团五大业务板块青年代表就 AI 在财富管理、先进材料、数字出版等场景的实操痛点与创新方向展开深度探讨。

### 关键治理绩效

指标	单位	2025 年	2024 年
董事会召开次数	次	10	10
董事会成员出席率	%	100	100
供应商审核覆盖率	%	100	100
股票质押比例	%	0	0
反贪污培训次数	次	2	-
董事参与反贪污培训次数	次	2	-

### 关键经济指标

指标	单位	2025 年	2024 年
营业收入	万元	170,214.80	168,748.04
营业收入同比增长率	%	0.87	-1.72
归属于上市公司股东的净利润	万元	13,009.45	11,867.18
资产总额	万元	331,297.57	330,894.01

### 环境绩效表

项目	单位	2025 年	2024 年	
能源管理	外购电力	度 (千瓦时)	1,621,240.66	1,755,275.48
	间接能源消耗	吨标准煤	199.25	215.72
	汽油	升	9,371.79	9,095.14
	直接能源消耗	吨标准煤	10.20	9.77
	全年能源消耗总量	吨标准煤	209.45	225.49
	全年能源消耗强度	吨标准煤 / 百万元营收	0.12	0.13
温室气体管理	直接排放 (范围一)	tCO <sub>2</sub> e	46.975395	-
	间接排放 (范围二)	tCO <sub>2</sub> e	869.8286	-
	温室气体排放总量	tCO <sub>2</sub> e	916.803995	988.206007
	温室气体排放强度	tCO <sub>2</sub> e / 百万元营收	0.54	0.59
水资源管理	总用水量	立方米	2,230.00	2,157.00
	用水强度	吨 / 百万元营收	1.31	1.28
废弃物及物料使用管理	纸箱包装物	吨	500.00	836.70
	塑料类包装物	吨	-	295.05
	A4 复印纸	千克	6,182.00	7,288.50
	其他类型复印纸	千克	145.00	150.00
	电子产品废弃物	千克	344.50	423.00

## 雇佣

在岗员工分类		单位	2025 年	2024 年
营业收入		人	983	955
营业收入同比增长率		人	190	-
归属于上市公司股东的净利润		%	16	-
按性别划分的员工人数	男员工	人	243	-
	女员工	人	740	-
	女性员工比例	%	75.28	75.08
按年龄划分的员工人数	30 及以下	人	296	-
	31~35	人	254	-
	36~40	人	208	-
	41~45	人	136	-
	46~50	人	54	-
	51~55	人	30	-
	56 及以上	人	5	-
按专业划分的员工人数	生产人员	人	401	389
	行政人员	人	100	109
	财务人员	人	42	47
	销售人员	人	391	370
	技术人员	人	49	40
按学历划分的员工人数	博士研究生	人	6	8
	硕士研究生	人	392	369
	大学本科	人	545	524
	大专及以下	人	40	54

在岗员工分类		单位	2025 年	2024 年
按地区划分的员工人数	中国大陆员工	人	980	-
	中国港澳台地区员工	人	2	-
	境外员工	人	1	-
按民族划分的员工人数	汉族员工	人	931	-
	少数民族普通员工	人	52	-
	少数民族员工比例	%	5.29	-
	少数民族管理岗员工	人	15	-
按特殊人群划分的人数	退伍军人	人	1	-

职业健康与安全生产相关		单位	2025 年	2024 年
因公死亡事故数		起	0	0
因工作关系而死亡的员工人数		人	0	0
因工作关系而死亡的人员比率		%	0	0
因工受伤人数		人	5	-
因工伤损失工作时间		小时	736	-
每百万营收因工伤损失工作日数		日/百万元	1.80	-
职业病发病人数		人	0	-

员工薪酬及社会保障相关		单位	2025 年度	2024 年度
员工薪酬及社会保障	社会保险覆盖率	%	100	100
	签订劳动合同人数	人	983	955
	劳动合同签订率	%	100	100

员工教育培训		单位	2025 年度	2024 年度
员工培训统计	培训项目数量	个	144	-
	员工培训参与人次	人次	13,407	-
	员工培训参与总人数	人	983	-
	男性员工参加培训百分比	%	100	-
	女性员工参加培训百分比	%	100	-
	管理层员工参加培训百分比	%	100	-
	非管理层员工参加培训百分比	%	100	-
	员工培训总时长	小时	48,167.00	38,845.00
	人均参与培训时长	小时 / 人	49.00	40.68
	男性员工人均培训时长	小时 / 人	49	-
	女性员工人均培训时长	小时 / 人	49	-
	管理层员工人均培训时长	小时 / 人	70	-
非管理层员工人均培训时长	小时 / 人	45	-	

## 研发创新

技术创新		单位	2025	2024
科创投入	研发投入资金	万元	1,994.32	2,117.44
	研发投入占营收比	%	1.17	1.25
	研发人员数量	人	43	34
	研发人员占比	%	4.37	3.56
专利	已申请专利	件	32	23
	累计发明专利授权数	件	22	-
	每百万营收有效专利数量	件	1.29	-
软著	累计软件著作权数量	项	29	-
	每百万营收著作权数量	项 / 百万元	1.70	-
知识产权保护	知识产权诉讼、立案数量	件	1,390	985

## 社区投资

指标名称	单位	2025 年度	2024 年
对外捐赠总额	万元	69.21	40
支持乡村振兴捐赠总额	万元	81.67	-
志愿者活动项目个数	个	7	10
志愿者活动员工参与人次	人次	75	88
志愿者活动员工参与时长	小时	255	524

## 深圳证券交易所披露指标索引

披露要求	对应的本报告章节
应对气候变化	第四章、第十四章
污染物排放	第十五章第二节
废弃物处理	第十五章第二节
生态系统和生物多样性保护	第四章
环境合规管理	第十五章
能源利用	第十五章第四节
水资源利用	第十五章第四节
循环经济	第十五章第三节
乡村振兴	第五章第二节
社会贡献	第五章
创新驱动	第二十一章
科技伦理	不适用
供应链安全	第十三章
平等对待中小企业	第十三章第三节
产品和服务安全与质量	第二十章
数据安全与客户隐私保护	第二十二章
员工	第十六章、第十七章、第十八章
尽职调查	第八章、第九章
利益相关方沟通	第十章
反商业贿赂及反贪污	第六章第三节、第十二章
反不正当竞争	第十二章
自主披露的议题	党建引领

## GRI 披露指标索引

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	p07-14
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	p03
	2-3 报告期、报告频率和联系人	p03-p04
	2-4 信息重述	p03-p04
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	p50、p57-58
	2-7 员工	p85
	2-8 员工之外的工作者	不适用
	2-9 管治架构和构成	p42-44
	2-10 最高治理机构的提名和遴选	p44-46
	2-11 最高治理机构主席	p42
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	p45
	2-13 为管理影响的责任授权	p46
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	p46
	2-16 关键问题的沟通	p50-51
	2-17 最高治理机构的共同知识	p87-88
	2-19 薪酬政策	p89-90
	2-20 确定薪酬的程序	p90
	2-22 关于可持续发展战略的声明	p5-p6
	2-23 政策承诺	p5-p6
	2-24 融合政策承诺	p5-p6
	2-25 补救负面影响的程序	p53-56
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	p48-50
	2-27 遵守法律法规	p42
	2-28 协会的成员资格	p13
	2-29 利益相关方参与的方法	p57-58
	2-30 集体谈判协议	p87

GRI 标准	披露项	位置
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	p59
	3-2 实质性议题列表	p59
	3-3 实质性议题的管理	p59-60
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	p62
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	p74-75
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	p90-91
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1 基础设施投资和支持性服务	p21-32
	203-2 重大间接经济影响	p21-32
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已经进行腐败风险评估的运营点	不适用
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	p36-37、p65-66
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	不适用
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	不适用
GRI 207: 税收 2019	207-1 税务方针	p62
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	p79
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	p76
	302-2 组织外部的能源消耗量	p76
	302-3 能源强度	p76
	302-4 减少能源消耗	p78-80
	302-5 产品和服务的能源需求下降	p79-80
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-5 耗水	p80
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1 组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	不适用
	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	不适用
	304-3 受保护或经修复的栖息地	不适用
	304-4 受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种	不适用
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	p76
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	p76
	305-4 温室气体排放强度	p76

GRI 标准	披露项	位置
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	不适用
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	不适用
	306-3 产生的废弃物	p79
	306-4 从处置中转移的废弃物	p79
	306-5 进入处置的废弃物	p79
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	p69-70
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	p86
	401-2 提供给全体员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	p90-92
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	p98
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	p99-102
	403-3 职业健康服务	p98
	403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	p99-102
	403-5 工作者职业健康安全培训	p100
	403-6 促进工作者健康	p98、p100
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	p100-101
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	p100-102
	403-9 工伤	p102
	403-10 与工作相关的健康问题	不适用
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	p123
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	p95-96
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	p43、p86-87
GRI 413: 当地社区 2016	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	不适用
	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	不适用
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	p69
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	不适用
GRI 417: 营销与标识 2016	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	p106
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	不适用
	417-3 涉及营销传播的违规事件	不适用
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	不适用

\*\*\*\*\*

完

香港，二零二六年四月二十七日

於本公告日期，中國中信股份有限公司執行董事為奚國華先生(董事長)、張文武先生、劉正均先生及王國權先生；中國中信股份有限公司非執行董事為李芝女士、岳學鯤先生、楊小平先生及李子民先生；及中國中信股份有限公司獨立非執行董事為梁定邦先生、蕭偉強先生、徐金梧博士、田川利一先生及陳玉宇先生。