



2024

中信出版集团股份有限公司
环境、社会及治理报告

目录

前言

关于本报告	03
关于中信出版	05
董事长致辞	07
2024 年荣誉奖项	09
ESG 关键绩效	15
重要性议题	17
未来展望	107
指标索引	108
意见反馈	113

专题

2024 ESG 全球领导者大会	19
------------------	----

环境篇

绿色环保发展，守护绿水青山

绿色管理，环保先行	29
绿色行动，践行责任	31
绿色运营，彰显成效	32

社会篇

文化回馈社会，增进民生福祉

肩负文化担当，践行国家战略	37
立足出版优势，讲好中国故事	42
履行产品责任，坚守价值导向	42
坚持以人为本，维护员工权益	59
心系客户需求，提升服务品质	71
完善采购管理，共筑产业生态	72
重视科技创新，增强发展动能	73
投身公益慈善，凝聚文化力量	81
深化全民阅读，拓展文化空间	83

治理篇

优化治理结构，合规稳健经营

党建引领，筑牢思想根基	87
规范治理，高效协调运转	90
合规经营，稳健发展步伐	94
风险防控，强化管理机制	98
党纪监督，落实廉政建设	101
信息披露，传递企业信任	104

关于本报告

编制周期与报告对象

- 本报告期间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容超出上述时间范围。
- 报告涵盖中信出版集团股份有限公司及主要子公司。为了便于表述和阅读，本报告将中信出版集团股份有限公司简称为“中信出版”、“公司”。

编制依据与报告标准

- 联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）
- 国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》
- 全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 深圳证券交易所《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》
- 国务院国有资产监督管理委员会《关于转发〈央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究〉的通知》
- 财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》

数据采集与质量控制

- 本报告使用数据来源包括中信出版集团股份有限公司自有统计数据、政府部门及第三方机构公开数据等。

关于中信出版

中信出版社成立于 1988 年，隶属于中国中信集团有限公司，是国家新闻出版署批准成立的第一家由中央企业主管、主办的图书出版机构。2008 年，中信出版社改制为中信出版股份有限公司；2013 年发展为中信出版集团；2019 年 7 月，中信出版集团成功登陆 A 股市场，成为大众出版的龙头企业。

中信出版锚定建设社会主义文化强国目标，发挥中外文化交流优势，为发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化贡献力量。公司以知识应对时代变迁，从中国观察时代变革，每年均有数百部图书荣获各类图书奖项，频繁上榜畅销书；图书版权引进与输出均位居文化企业前列，连续多年入围“国家文化出口重点企业”。

中信出版秉持“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的理念为人民出好书，以全球视野构建开放体系，持续完善选题机制。公司在商业经管、科技前沿、科普新知、学术人文，以及流行动漫等领域，签约了系列重点选题，进一步拓展国际组稿新模式。

中信出版持续推动构建高效闭环的新发行体系，打造以用户为核心的分层分类传播矩阵。政企渠道实现与关键重要客户的多品类、多业态深度合作。在渠道与营销复杂多变、加速迭代的趋势下，公司依托中信集团协同优势，持续拓展合作版图，构建共赢生态。

中信出版始终秉持创新发展理念，积极拥抱科技变革，自数智出版平台上线以来，公司出版发行全流程关键环节提效显著，并逐步应用于其他数字内容和学习产品，已搭建 AI 视频创作工作流，构建出版知识库体系，为业务发展注入全新动力。

中信出版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。在持续深化国有企业改革的征程中，全力铸就“优质内容创作”与“智能化的知识库”两大核心竞争力，发挥促进世界文明交流互鉴、弘扬中华优秀传统文化、提升中国文化全球影响力的核心功能，努力成为建设文化强国的重要力量。

「企业文化」

使命

打造弘扬中国优秀文化的平台、促进中外文化交流的桥梁、服务中国式现代化的智库、培养新时代出版家的摇篮、传播中信品牌形象的名片、创建世界一流企业的样板，努力成为建设文化强国的重要力量。

愿景

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。

价值主张

我们提供知识，以应对变化的世界。



董事长致辞

公司锚定建设社会主义文化强国目标，立足中国观察时代变革，以知识应对时代变迁，秉持“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的理念，坚持为人民出好书，以全球视野构建开放体系。将 ESG 理念深度融入企业发展战略与运营实践，发挥文化企业宣传优势，出品 ESG 主题精品图书、举办“ESG 全球领导者大会”，倡导中国主张和中国方案，为推动经济、社会与环境的可持续发展注入强劲动力。

强化党建引领作用，凝聚企业奋进合力。 中信出版通过持续强化党组织建设，将党建深度融入企业治理各环节，确保公司紧跟党和国家战略步伐。2024 年，常态化开展习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，认真开展党纪学习教育，党员干部职工思想根基不断筑牢，不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，始终在政治上、思想上、行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。

践行文化出海战略，拓展国际传播版图。 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超 2,600 项，与 27 个“一带一路”国家的出版社建立了版权贸易往来合作；在“经典中国”“丝路书香”等国家级翻译工程中，2024 年 14 个重点项目成功立项。《读懂中国式现代化》《新质生产力》等著作精准译介，搭建中外思想交流桥梁；《大国新路》英文版荣获年度输出优秀图书；8 种图书获“向港澳台出版发行繁体图书”项目嘉奖，蝉联单体出版社榜首；童书《变变变》意大利文版亮相博洛尼亚童书展主舞台，彰显中国文化魅力。

广泛汇聚智识，打造全球可持续发展传播高地。 中信出版已连续四年联合主办、承办“ESG 全球领导者大会”，2024 年第四届 ESG 全球领导者大会已升级为国家级会议。中信出版在峰会期间发布 ESG 主题书单，涵盖 AI 革命、生命科学等热点议题，构建知识与价值引领平台，为全球可持续发展贡献智慧，对提升中国 ESG 国际话语权发挥重要作用。此外，中信出版成功参办“2024 陆海财经论坛”，助力陆海新通道建设。

以文化人，推广全民阅读。 中信出版荣获“2024 书香企业”称号，连续三年参与全民阅读大会“书香暖神州”图书捐赠活动，全年面向少年儿童策划实施 3 万多场“发光读书会”阅读活动，联合发起“点亮未来”儿童阅读专项基金。中信书店全年举办政企读书会、文化沙龙等公益活动 127 场次，服务读者超 15 万人次，年度阅读活动超 600 场。此外，中信出版构建了“司法震慑、技术防控、教育引导”三位一体的知识产权保护体系，共建版权保护健康生态。

践行绿色出版，携手维护绿色环境。 中信出版将多项权威环境与森林认证设为纸张供应商强制准入标准，严格审查印装企业资质，全流程环保管控。制定高于国家标准的《绿色印刷质量规范》，推进图书规格标准化与版式规范化管理。大力推广数码按需印刷技术，实现 30% 重点图书数字化印刷替代，减少油墨污染，携手产业链伙伴共建绿色产业环境。

积极探索数智出版，激活行业创新引擎。 中信出版于业内率先推出“夸父 AI 数智出版平台”，面向 17 类出版场景，构建 122 个 AI 助理应用，在多个环节提效 50% 以上，获评中宣部中国新闻出版研究院“新闻出版业人工智能大模型创新应用案例”。

凝聚人才力量，夯实企业发展根基。 公司严格落实福利保障制度，建立困难职工动态帮扶台账，精准帮扶困难职工；开展女职工健康讲座、手作沙龙等三八节主题活动，关注女性职工身心健康；举办职工子女科普研学营，惠及 126 个家庭。组织秋季徒步、社团联赛等文体活动，强化团队协作，营造积极向上的企业文化氛围，为企业发展筑牢坚实的人才根基。

智志双扶，助力乡村文化繁荣。 公司充分发挥文化企业优势，推动脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接。在文化教育帮扶方面，全年向中信集团定点帮扶的西藏地区捐赠优质图书 7,900 册，连续实施“梦想课堂”教育帮扶计划，为 15 所中小学校量身定制素质教育课程，累计覆盖师生 2,500 余人次。在产业振兴领域，通过直播带货、品牌孵化等模式，助力农产品推广销售，拓宽农民增收渠道。同时为帮扶地区开展专题培训，系统传授文旅项目开发和运营管理等专业技能，成功培养出一批扎根乡土、服务振兴的复合型人才队伍，为乡村振兴注入持久内生动力。

展望未来，中信出版将始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在服务国家文化战略、推动社会进步、践行绿色发展、关爱员工成长、助力乡村振兴等方面持续发力，以更高标准履行社会责任，以更好地满足人民群众个性化、多元化的精神文化需求为导向，持续出品时代经典，不断提升文化传播效能，更加主动地宣介中国主张、传播中华文化、展示中国形象，不断构筑中国精神、中国价值、中国力量，努力成为传媒行业 ESG 实践的标杆企业，为推进文化自信自强、铸就社会主义文化新辉煌贡献中信力量，在实现中华民族伟大复兴的征程中彰显出版企业的使命担当。

陈 伟

中信出版集团股份有限公司 董事长
2025 年 4 月



2024 年荣誉奖项

报告期内，中信出版服务党和国家工作大局，全力保障国家重点出版项目实施，推出百余种精品主题读物，累计获得各类重点奖项 **497 项**，其中荣获部委级奖项、入选国家重点资助及推荐项目共 **48 项**，覆盖图书 **45 种**；图书被《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等中央媒体累计宣传报道百余次；累计实现版权输出 **392 种**。

品牌影响力

获得中宣部、司法部、人民日报等多方认可

由商务部、中央宣传部、财政部、文化和旅游部、国家广播电视总局联合认定，中信出版被评为“2023-2024 年度国家文化出口重点企业”



国家新闻出版署公布 2024 年度出版智库高质量建设计划重点培育机构名单，共对 34 家出版智库进行重点培育，中信出版成功入选。



在中国版权协会主办的 2024 中国版权年会“远集坊：版权助力——文化高质量发展论坛”上，中信出版荣获“2024 年度中国版权影响力企业”。

在第十四届中国国际数字出版博览会上，中国知网“最具学术影响力出版社（2014-2023）”榜单中，中信出版位列经济学第一、历史学第五、政治学第十三位。

	被引图书数量 (种)	总被引频数 (次)	书均被引频数 (次)	CI 指数
经济学	1,429	37,134	25.99	1,173.01
历史学	416	8,596	20.66	574.04
政治学	203	7,018	34.57	57.00



中信出版连续三年荣获
抖音年度 IPPRO 真知奖 50 大品牌



中央电视台《读书》栏目
推荐评选多部中信出版图书



人民日报专题报道《这里是中国 3》



经济日报刊发多篇公司出版图书的书评



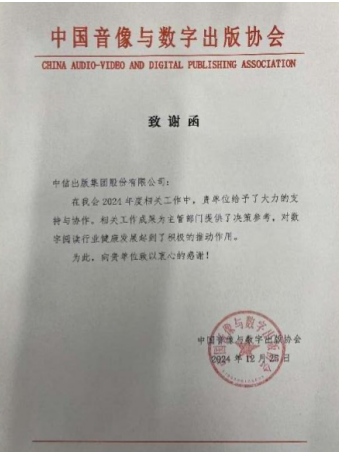
在第十四届书香中国·北京阅读季阅读盛典上，中信出版荣获“书香企业”称号。



中信出版在第三届全民阅读大会“书香暖神州”图书捐赠活动中，荣获“公益捐赠爱心企业”称号。



中国音像与数字出版协会向
中信出版发来感谢信



中信集团收到司法部、全国普法办印发的《关于通报表扬全国“八五”普法中期表现突出的单位和个人的通知》，对中信出版给予通报表扬。中信出版赢得了司法部、全国普法办的高度认可与充分肯定，成为文化出版行业合规守法、知识产权保护的典范企业。

图书“走出去” 立项数量逐年增加

- 《城乡中国》（德文）等 7 种选题 入选 2023-2024 年度国家社科基金中华学术外译项目
- 《人口负增长时代》（英文）等 3 种选题 入选 2024 年经典中国国际出版工程立项项目
- 《中国式现代化》（法文）等 3 种选题 入选 2024 年丝路书香出版工程立项项目
- 《月下》（阿拉伯文） 入选 2024 年度中国当代作品翻译工程立项项目
- 《读懂中国式现代化》等 8 种选题 入选向港澳台出版发行繁体版图书资助项目

科技创新 数智出版夸父 AI 平台处于行业领先地位

2024 年 9 月，在首届中国 - 东盟知识服务创新与国际交流发展大会暨第五届中国出版业知识服务大会上，中信出版数智出版夸父 AI 平台获中宣部中国新闻出版研究院“新闻出版业人工智能大模型创新应用案例”。



“阅读 + 艺术 + 科技”的创新业态

报告期内，公司共有 11 家中信书店获评北京市“示范书店”称号，其中启皓旗舰店凭借“阅读 + 艺术 + 科技”的创新业态，获评“北京市级新时代文明实践基地”。

出版成果



- 《读懂中国式现代化：科学内涵与发展路径》
- 《读懂新质生产力》
- 《中国文化之美》
- “十四五”国家重点出版物出版规划项目
- 《科技创新的力量——颠覆性创新如何引领现代化产业体系建设》
- 《金融高质量发展：具体内涵和实践路径》
- 入选 2024 年主题出版重点出版物选题
- 《发展与超越：中国式现代化的核心问题与战略路径》
- 入选 2024 年度国家出版基金资助项目
- 《动物王朝》
- 《生命密码 2》
- 《超级大脑在想啥？漫画医学大突破》
- 《神奇物种：中国野生动物保护百年（英文版）》
- 入选科技部全国优秀科普作品
- 《中国大猫》
- 入选自然资源部 2024 年自然资源优秀科普图书
- 《生命的力量：中国野生动物保护百年》
- 获评 2024 年度第四届自然资源好书

- 

《看不见的孩子：一座美国城市中的贫困、生存与希望》
荣获第十九届文津图书奖
- 

《大运河：从北京出发，下江南！》
入选十九届文津图书奖提名图书
- 

《再见绘梨》
荣获第 21 届中国动漫金龙奖最佳海外动漫奖金奖
- 

《琵琶行》
荣获第 21 届中国动漫金龙奖最佳绘本奖金奖
- 

《城市丛林：城市的野花，历史与未来》
荣获第五届坪山自然博物图书奖禾雀花自然博物好书共读奖
- 

《根深叶茂》
《亲生命性》
《万类霜天竞自由》
荣获第五届坪山自然博物图书奖优秀作品奖
- 

《岛屿的厝》
荣获第三届盐田海洋图书奖海洋文学奖
- 

《地理即命运：英国与世界，10000 年的历史》
《海盗经济：一场掠夺行动与现代社会秩序的诞生》
荣获第三届盐田海洋图书奖入围奖

- 

《这屁股我不要了！你不知道的动物科学》
荣获 2024 “大鹏自然童书奖” 优秀作品奖
- 

《给孩子的中国古建筑》
《寻找林木森书店》
《驯鹰女孩》
荣获冰心儿童图书奖
- 

《比较》
被中国人民大学书报资料中心评定为 “复印报刊资料重要转载来源期刊”
- 

《大国新路》英文版
《变变变》意大利文版
入选 2024 北京国际图书博览会（BIBF） “第 23 届输出版引进版优秀图书推介活动”
- 

《经济导刊》
荣获 “2024 BIBF 精品期刊展” 推荐期刊
- 

《吾家吾国》
入选 “科学家（精神）进校园行动” 优秀图书推荐目录
- 

《科学的历程：少年版本（上下册）》
《攀登不可能之山》
入选 2024 首都科普好书
- 

《我是外公外婆带大的孩子》
荣获 2024 年 “最美的书” 称号

ESG 关键绩效

指标名称	单位	数据
经济绩效		
资产总额	万元	330,894.01
营业收入	万元	168,748.04
归属于上市公司股东的净利润	万元	11,867.18
研发人员数量	人	34
研发投入金额	万元	2,117.44
社会绩效		
报告期末在职员工的数量合计	人	955
董事、监事和高级管理人员女性比例	%	28.00
女性员工占比	%	75.08
劳动合同签订率	%	100
社会保险覆盖率	%	100
治理绩效		
董事会成员人数	人	9
独立董事人数	人	3
董事会中独立董事占比	%	33.33
监事会成员人数	人	4
股东会召开次数	次	3
董事会召开次数	次	10
监事会召开次数	次	6

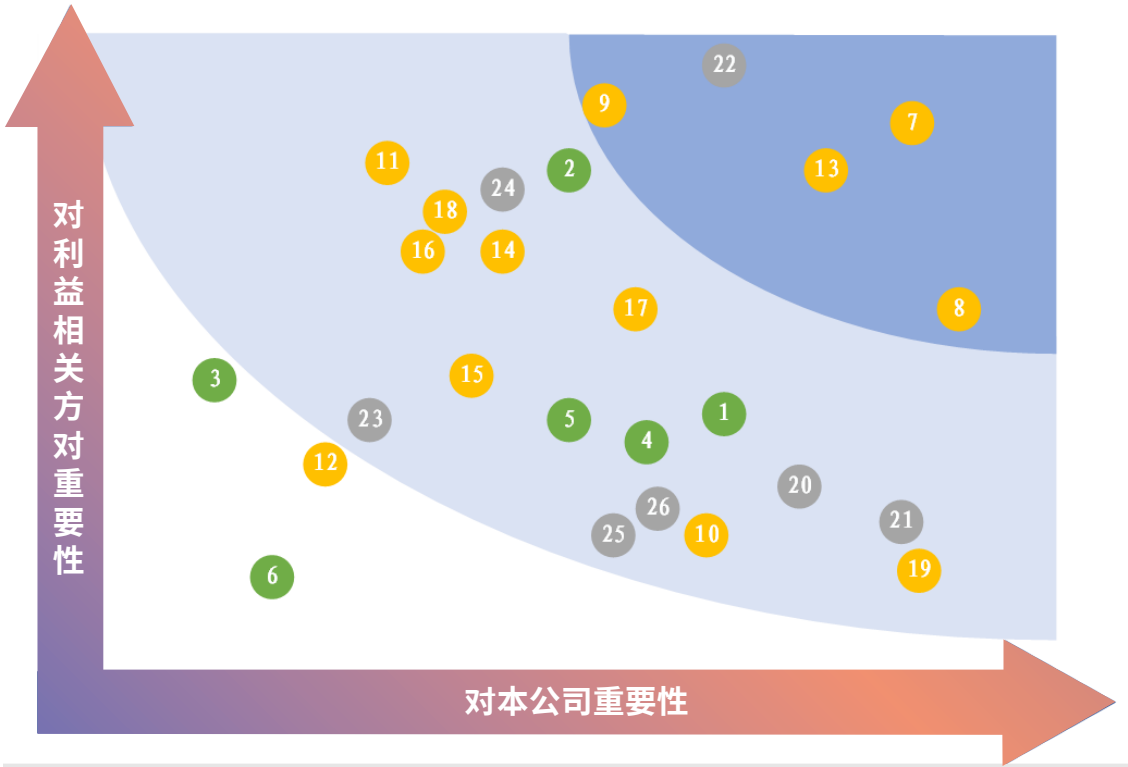
指标名称	单位	数据
环境绩效		
水耗用量	立方米	2,157.00
电消耗量	千瓦时	1,755,275.48
纸箱包装物	吨	836.70
塑料类包装物	吨	295.05
汽油消耗量	升	9,095.14
A4 复印纸	千克	7,288.50
其他类型复印纸	千克	150.00
电子产品废弃物	千克	423.00

重要性议题

中信出版致力于与各利益相关方建立透明、有效的沟通机制。通过深入了解各利益相关方的关注点和期望，公司能够更好地履行企业社会责任，推动可持续发展。

利益相关方	利益相关方关注点	沟通方式
政府	» 依法纳税 » 符合国家文化政策 » 积极参与社会文化发展	» 定期提交税务报告 » 参加文化政策研讨会 » 积极响应政府文化项目 » 党建引领，思想教育
股东	» 盈利状况 » 投资回报 » 公司治理结构 » 未来发展潜力	» 定期发布财务报告 » 召开股东会 » 透明公司治理结构 » 股东沟通机制
客户	» 产品质量 » 内容安全性 » 知识产权保护 » 服务体验	» 产品宣传指导 » 良好售后服务 » 内容安全保障
供应商	» 合作稳定性 » 采购公平性 » 支付及时性	» 公开采购标准 » 公平透明的采购流程 » 环保要求沟通 » 合作伙伴关系管理
员工	» 工作环境 » 职业发展 » 薪酬福利 » 权益保障	» 培训与职业发展计划 » 薪酬福利沟通 » 员工关怀活动 » 工会机制
社区及公众	» 社会责任履行 » 文化活动参与 » 环境保护	» 社区公益活动 » 公益捐赠 » 提供活动平台 » 环保宣传 » 透明企业运营

中信出版对环境（E）、社会（S）和治理（G）三个领域的关键议题进行分析，探究各议题对公司自身以及利益相关方的重要性，构建实质性议题分析矩阵如下：



- 1

绿色发展战略
- 2

绿色宣传措施
- 3

绿色环保措施

4

环境合规管理

5

资源消耗

6

应对天气变化

7

内容安全

8

出版业务创新

9

客户服务与权益

10

供应链安全与管理

11

缴纳税费情况

12

企业合作共赢

13

响应国家战略

14

社会公益事业

15

创新驱动与科学伦理

16

保障员工权益

17

支持员工发展

18

关爱员工身心健康

19

知识产权保护

20

党建引领

21

公司治理

22

廉洁建设

23

公平竞争

24

信息披露与透明度

25

薪酬管理

26

合规经营和风险管理

专题

2024 ESG 全球领导者大会



作为国内出版行业领先发展者，中信出版以内容生产力为引擎，以文化价值为纽带，系统输出中国在“双碳”战略、绿色金融、科技公益等领域的实践智慧，为全球 ESG 发展注入思想动能。公司将 ESG 理念与多元文化表达深度融合，以思想传播者与价值连接者的角色，持续推动 ESG 理念从专业领域走向社会共识，从中国

实践迈向全球视野，为构建人类命运共同体贡献文化力量。同时，通过发起“点亮未来”儿童阅读专项基金等创新实践，中信出版将社会责任融入文化传承，以全民阅读赋能下一代可持续发展，彰显文化传媒企业在塑造全球 ESG 生态中的独特使命。

2024 ESG 全球领导者大会于 2024 年 10 月 16 日至 18 日在上海黄浦区成功举办，主题为“推动全球 ESG 合作、发展与共赢”。此次大会由中信集团与新浪集团联合主办，新浪财经与中信出版集团联合承办。作为本次会议的承办方，中信出版发挥活动策划、内容审核、新媒体传播、作者资源等多方面特点和优势，全面参与了大会的全程工作。

大会采取“3+9+50”办会架构，打造具备国际水准的峰会。大会为期三天，国际政要、诺贝尔奖得主和知名专家学者、优秀企业家代表、国际组织代表等超过 300 位重磅嘉宾参会。会议围绕能源与“双碳”、绿色金融、绿色发展、可持续消费、科技与公益等 50 余个核心议题，精心策划 9 大平行论坛，共话可持续未来，向世界展示了中国在可持续发展方面的探索和成就，为全球 ESG 发展提供了重要的参考和启示，为全球绿色可持续发展注入了中信力量。



会议期间，现场采访嘉宾超过 50 位，产出报道近 2,200 余篇，以电视新闻、图文报道、现场直播、短视频等多种形式传播，引起国内外媒体高度关注。借助 ESG 大会在全平台的传播声量，中信集团专题论坛相关话题及“要出国 找中信”“来中国 找中信”服务品牌获得广泛传播，展示了中信集团在助力中国企业“走出去”和吸引外资、促进国际合作、为来华企业和个人提供优质服务等方面的积极作用，进一步发挥了中信集团作为国内外交流的桥梁纽带作用。

大会影响力卓越



主流媒体广泛报道

中央广播电视总台旗下中国国际电视台、中国日报发布多篇英文报道，新浪财经、《财经》等渠道发布集团领导和嘉宾观点短视频 30 余条，各类报纸、财经杂志、新闻网站及相关互联网媒体和自媒体等，覆盖了不同的受众群体。



社交平台引起热议

大会相关话题在社交媒体平台上引发了热烈讨论，各界人士纷纷发表自己的看法和见解，进一步提高了大会的曝光度和传播范围，吸引了更多人关注 ESG 理念和中信集团在该领域的实践成果。



国际合作备受关注

中信集团在大会期间发布的多项国际合作成果受到广泛关注，彰显了中信集团在国际 ESG 合作领域的积极作为和引领作用，提升了中信集团在国际上的品牌形象和声誉。



行业观点引发共鸣

来自不同领域的专家学者、企业高管在大会上分享的行业观点、实践经验和研究成果，引发了大众的共鸣和思考，为行业发展提供了参考和借鉴，使大会价值和意义得到广泛认可。



理念传播效果显著

大会为 ESG 理念的传播提供了一个重要平台，促进全社会了解 ESG 理念与意义，推动 ESG 实践在全球范围内普及和深化。未来，必将吸引更多企业和组织加入 ESG 实践，为全球可持续发展事业注入新动能。

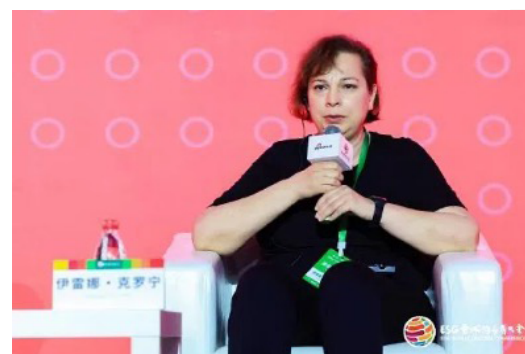
“ 国际国内专家作者共话 ESG

中信出版首次将教育领域和医学领域的探讨引入本届 ESG 大会，特别邀请了中信作者参与主题论坛环节，围绕基因生命、商业革命、智能教育、投资中国四大主题发表主题演讲，从不同视角分享海内外相关经验，共议未来生态，聚合思想认同，并向国际社会集中展示和传播中国在应对全球气候变化、达成“双碳”战略目标、坚持可持续发展等方面所取得的成就。



国际合作能帮助我们应对全球卫生健康大危机
普利策奖《癌症传》作者悉达多·穆克吉

ESG 的概念应该扩展到人口的可持续发展
《创新主义》《人口战略》作者梁建章



AI 可以通过很多方式助力 ESG 和可持续发展
《空间计算》作者伊雷娜·克罗宁



AI for all 这是未来的趋势和风口
《别离歌》作者陈行甲

水经济主义将成为地球上的主导经济模式
《零碳社会》《韧性时代》《蓝色水星球》
作者杰里米·里夫金



为什么教育变革易说难行
方希 × 沈祖芸 × 王凯

“ 发起“点亮未来”儿童阅读专项基金

在中信集团专题论坛上，中信出版与上海宋庆龄基金会、新浪财经共同发起“点亮未来”儿童阅读专项基金，并举行了战略签约仪式。这不仅中信出版对国家倡导全民阅读战略的积极响应，更是以多元立体阅读体系和创新阅读服务为儿童和青少年阅读事业赋能的有力实践，彰显了公司在推动文化繁荣、助力少年儿童成长方面的坚定决心和社会责任。



2024 年度 ESG 主题书单

中信出版发挥阅读产品优势，将大会核心议题与主题阅读相结合，在读者社群重点推送大会推荐书目，并特别发布了 2024 年度 ESG 主题书单，其中不乏聚焦 AI 浪潮、生命科学、商业革命、智能教育、投资趋势等热点议题的名家名作，将可持续发展前瞻洞见与全民阅读深度融合，让 ESG 理念深入人心。这是一份中信出版以科技创新为引领、以优质内容为根基、以责任担当为使命，交出的回应时代之变的优秀答卷。

序号	书名	作者	“ESG” 主题关键词
1	《从绿到金：打造企业增长与生态发展的共生模式》	丹尼尔·埃斯蒂 安德鲁·温斯顿	企业战略、企业增长、环境保护、生态发展、企业责任、品牌
2	《我们选择的未来：“碳中和”公民行动指南》	克里斯蒂安娜·菲格雷斯 汤姆·里维特 - 卡纳克	碳中和、气候变化、 强乐观思维、10 个行动
3	《ESG 投资》	马克·墨比尔斯 卡洛斯·冯·哈登伯格 格雷格·科尼茨尼	ESG、投资、碳中和、 绿色金融、影响力投资
4	《读懂碳中和》	中国长期低碳发展战略与 转型路径研究课题组 清华大学气候变化与 可持续发展研究院	碳中和、碳中和行动路线图、 中国 3060 目标、双碳、 气候变化、解振华
5	《碳达峰、碳中和知识解读》	杨建初，刘亚迪，刘玉莉	碳达峰、碳中和、低碳经济、 中国经济、政策趋势
6	《中国碳中和通用指引》	BCG 中国气候与 可持续发展中心	“3060” 双碳目标、碳减排、 低碳绿色发展、企业碳中和实践、 全产业链碳中和、长远价值投资

序号	书名	作者	“ESG” 主题关键词
7	《碳中和与绿色金融创新》	鲁政委，钱立华，方琦	双碳、减排、绿色金融、全球治理、 绿色复苏、可持续投资、绿色债券、 绿色保险、绿色信贷、气候投融资、 碳市场、碳交易、中国发展路径、 金融机构创新
8	《金融支持碳达峰、碳中和》	朱隽	碳中和、碳达峰、金融政策、 金融工具、绿色低碳转型、 宏观经济、碳市场、碳定价、 碳排放、货币政策、审慎监管、 国际合作、一带一路
9	《绿色经济学》	威廉·诺德豪斯	绿色发展、气候变化、外星移民、 气候灾难、疫情、搭便车、 碳中和、碳税
10	《速度与规模——碳中和的 OKR 行动指南》	约翰·杜尔	气候经济、清洁能源、经济方案、 绿色经济、OKR 行动方案、战略、 投资、风投
11	《低碳转型》	徐忠	低碳转型、中国经济、绿色经济、 转型金融、碳市场、碳中和
12	《ESG 实践》	约翰·希尔	ESG 投资、碳达峰、碳中和、 社会责任投资（SRI）、 企业社会责任（CSR）、 可持续发展目标（SDGs）、 绿色金融、环境气候、国家治理、 企业治理、股东积极主义、 影响力投资、信托责任、慈善投资
13	《大叙事》	克劳斯·施瓦布 蒂埃里·马勒雷	施瓦布、世界经济论坛、叙事、 后疫情时代、韧性社会、全球议题、 集体行动困境、气候问题、 人类共同体、复苏、增长
14	《双碳目标下的绿色增长》	刘世锦	双碳、绿色增长、经济发展、趋 势预测、低碳节能、新能源

序号	书名	作者	“ESG” 主题关键词
15	《希望之书》	珍·古道尔 道格拉斯·艾布拉姆斯	希望、行动、生命、人性、 环境危机、社会正义、自然保护、 人类智识、自然的韧性、 青年力量、人类不屈的精神、 希望的使者、伟大冒险
16	《可持续城市》	史蒂文·科恩 郭栋	可持续城市、可持续转型可持续 管理、大城市病、废物管理、 公共卫生、气候政治、公共交通、 绿色经济、绿色金融、绿色城市、 共享经济
17	《可持续投资》	拉里·斯威德罗 塞缪尔·亚当斯 兴证全球基金管理有限公司	金融投资、ESG、可持续、气候 经济、碳中和、社会责任投资、 影响力投资、两会、绿色低碳、
18	《新能源》	任泽平	新能源、新经济、新增长、 低碳转型、绿色经济、技术创新、 新材料、制造业、投资机遇、 新能源汽车、电池、智能驾驶、 充换电桩、光伏、风电、储能、 氢能、碳足迹、碳交易、碳补集 封存利用、数字化、商业模式
19	《各国大使眼中的中国式现代化》	孙超	中国式现代化、外国驻华大使政要、 中国发展、中国故事、中国实践、 中国模式、中国方案、中国声音、 中外关系、大使访谈、老外、 中华文化、国际交流、国际合作、 共商共建共享、互联互通、他国视角、 国际视角、“一带一路”、 人类命运共同体
20	《碳账户》	卢乐书	内容型标签：碳账户、绿色金融、 “双碳”目标、碳中和经济学、 循环经济学、行为经济学、制度经 济学、碳交易机制、碳排放权交易 市场、ESG 评价、绿色助推 应用型标签：消费端碳减排、 碳账户理论研究、碳金融产品创新 人群型标签：环境保护业、金融业 相关从业人员、各级政企决策者、 企业家

序号	书名	作者	“ESG” 主题关键词
21	《气候投资》	布鲁斯·厄舍	金融投资、ESG、气候危机、 可持续、碳中和、社会责任投资、 影响力投资
22	《“一带一路”新十年》	中金公司研究部 中金研究院	带路、宏观、开放、创新、绿色、 国际合作、金融、投资、 产业经济、回顾过去 10 年、 成就、现状、挑战、 展望未来 10 年、新机遇
23	《中国能源体系碳中和路线图》	国际能源署	中国能源行业、碳中和、路径、 转型、创新、政策、技术、发电、供热、 燃料供应、工业、交通运输业、 建筑业、电气化、碳捕捉、 利用与封存、氢气、生物能源电气化、 碳捕捉、利用与封存、 氢气、生物能源、国际合作
24	《ESG 全球行动》	新浪财经 ESG 课题组	ESG、碳中和、碳达峰、双碳、 低碳、净零、碳市场、绿色金融、 可持续发展、气候经济、 气候变化、高质量发展、环境
25	《善本金融》	陆建强	金融向善、善本金融、普惠金融、 中国式现代化、金融改革、 金融数智化、金融创新、信托、 信用、ESG 治理
26	《蛋糕经济学：如何实现企业 商业价值和社会责任的双赢》	亚历克斯·爱德蒙斯著	共同富裕、企业社会责任、 商业利润、ESG 治理、 人际关系、职业发展

01

环境篇

绿色环保发展，守护绿水青山

1. 绿色管理，环保先行
2. 绿色行动，践行责任
3. 绿色运营，彰显成效

中信出版将绿色发展理念深度融入企业运营的各个环节，始终朝着生态友好的方向推进。通过持续探索环保运营的最佳实践，中信出版不断完善环境管理体系，提升绿色出版效能，积极推动绿色印刷与可持续发展，降低能源消耗和废弃物排放，全方位打造环境友好型出版模式，为读者带来绿色知识体验，为生态文明建设贡献文化力量，共同守护绿水青山。



一、绿色管理，环保先行

中信出版积极践行绿色发展战略，全面构建环境友好型出版产业链。报告期内，公司未发生因违反环境保护相关法规而受到行政处罚的事件。

中信出版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，并对印装企业实施 ISO14001 认证、绿色印刷资质及排污合格证明的资质审查制度，实地考评实现全流程环保管控。在纸张招标采购、印装服务招标采购等重大的采购项目中，公司将绿色环保类认证证书作为投标的资质符合项，若有一项不符合，则无法参与后续评标。



严控纸张供应商选择标准

公司严格把控纸张供应商选择标准，纸张品牌招标要求投标人必须具有环境管理体系认证证书、能源管理体系认证证书、中国环境标志产品管理体系认证证书、FSC\PEFC 认证证书。

必备资质和认证

1. 质量管理体系认证证书
2. 职业健康安全管理体系认证证书
3. 环境管理体系认证证书
4. 能源管理体系认证证书
5. 中国环境标志产品管理体系认证证书
6. FSC/PEFC 认证证书

严格印厂招标绿色认证

印厂招标要求投标人必须具备环境管理体系认证证书（ISO14001 或 GB/T24001）、排污相关证明、中国环境标志产品认证证书（绿色印刷认证）。

必备资质和认证

1. 质量管理体系认证证书（ISO9001 或 GB/T19001）
2. 环境管理体系认证证书（ISO14001 或 GB/T24001）
3. 排污相关证明
4. 中国环境标志产品认证证书（绿色印刷认证）

严守绿色印刷质量规范

公司制定严于国家标准的《绿色印刷质量规范》，创新实施图书开本规格标准化、版式规范化管理，持续提升无涂布、无荧光纸张的采购量比例，坚决杜绝环保部门禁止的生产工艺。通过统一图书开本规格、版式规范、集约化采购和生产，大幅降低了能源消耗。

推进数码按需印刷技术应用

报告期内，公司重点推进数码按需印刷技术应用，已实现 30 多个品类重点图书的数字化印刷替代，减少油墨污染。

二、绿色行动，践行责任

作为国内具有影响力的综合文化服务提供商，中信出版重视绿色环保，以实际行动践行习近平生态文明思想，积极履行生态文明建设责任。

案例

“好奇心行动——探索自然与可持续发展”系列公益项目

2024 年 8 月 25 日，在“致·好奇心——DK50 周年自然典藏百科展”现场，中信书店联合北京市西城区心飞扬青少年志愿服务中心、SOWER (播种者) 国际志愿服务联盟共同发起“好奇心行动——探索自然与可持续发展”公益项目，来自北京市 20 多所学校的志愿者代表参加活动。“好奇心行动”公益项目涵盖自然探索之旅、主题演讲及志愿者行动计划等内容，是激励青少年参与可持续发展实践的重要契机。

通过小组讨论和创意工作坊，青少年们围绕联合国 17 个可持续发展目标进行深入探讨，感受大自然的奇妙与多元。本次活动激发了孩子们对大自然的探索热情，提高了青少年环保意识与可持续发展责任感，引导他们成为可持续发展行动志愿者，以实际行动支持联合国可持续发展目标。



三、绿色运营，彰显成效

中信出版始终秉持高效利用、绿色发展的理念，通过一系列精细化管理措施，持续优化资源利用效率，努力降低自身运营过程中的能源消耗，严控废弃物排放，为实现可持续发展目标不懈努力。

水电消耗节约

中信出版始终坚守绿色发展的底线，不断探索创新的节能降耗方法，致力于在业务拓展与环境保护之间寻求最佳平衡点，为打造资源节约型、环境友好型企业而持续努力。



水资源节约

由于业务规模的扩大以及新项目的开展，用水用电需求有所上升，公司积极采取应对措施。通过加强用水设备的日常巡检与维护，避免了水资源的浪费，确保了用水效率的最大化。



用电节约

公司合理采用高效节能灯具，如 LED 灯、荧光灯等，以降低照明能耗。同时优化空调运行策略，在夏季合理设置室内温度、湿度等参数，以实现节能。鼓励员工养成良好的用电习惯，倡导在无人使用时及时关闭电源。

材料消耗节约

中信出版始终秉持着节约资源、减少浪费的理念，通过优化包装设计、提高材料利用率等措施，努力降低对环境的影响。

报告期内，中信出版对材料使用严格把控。公司使用的纸箱包装物和塑料包装物分别为 836.70 吨、962.16 吨，均少于 2023 年消耗量。公司使用图书生产纸张 2.067 万吨，采购的电子耗材类物品总重量约为 45.22 kg，其中电脑硬盘单独采购 1 块，重量不足为 0.01 kg，未采购机房硬盘和电池，键盘鼠标重量约 45.22 kg。



包装物回收利用

公司通过采用更高效的包装结构，加强包装物回收利用。出品平台使用的图书入库外包装瓦楞纸箱，材质为 5 层 AB 楞牛皮纸，报告期内共使用 72 万个。公司统一大众图书成品尺寸，制定了 9 个标准外包装箱标准规格，集约化招标采购，纸箱价格低于行业同材质价格。截至 2024 年末，除 TOC 端重新包装外，其他均使用入库纸箱发货，全部入库纸箱均重复利用至出库包装，最大限度地减少了包装材料的浪费。

严控能源与废弃物消耗

中信出版积极采取措施，减少废弃物的产生，并提高废弃物的回收利用率，努力实现绿色运营。报告期内，公司的汽油消耗量为 9,095.14 升，电子产品废弃物产生量为 423.00 千克，较 2023 年均有所减少。未来，公司将进一步加强公务用车与办公耗材的管理，推广无纸化办公，减少纸张浪费。

主要能源与各类废弃物消耗量		
汽油消耗量 (升)	2023 年消耗量	2024 年消耗量
	9,641.23	9,095.14
电子产品废弃物 (千克)	2023 年消耗量	2024 年消耗量
	456.75	423.00
办公耗材类废弃物 (千克)	2023 年消耗量	2024 年消耗量
A4 复印纸	6,812.00	7,288.50
其他类型复印纸	138.00	150.00

社会篇 02

文化回馈社会，增进民生福祉

1. 肩负文化担当，践行国家战略
2. 立足出版优势，讲好中国故事
3. 履行产品责任，坚守价值导向
4. 坚持以人为本，维护员工权益
5. 心系客户需求，提升服务品质
6. 完善采购管理，共筑产业生态
7. 重视科技创新，增强发展动能
8. 投身公益慈善，凝聚文化力量
9. 深化全民阅读，拓展文化空间

中信出版凭借专业优势与丰富资源，在社会公益领域持续深耕，积极助力乡村振兴，通过知识普及与文化推广，为社会和谐发展贡献力量。从文化教育帮扶到产业振兴实践，中信出版实施了多项公益项目，有效促进了地方文化繁荣与经济发展。同时，公司高度重视员工权益保障与发展，提供平等就业机会和良好工作环境，助力员工实现个人价值。在客户与社区服务方面，中信出版致力于提供高品质产品与服务，满足读者多样化需求，积极投身社区建设，开展各类文化活动，增强社区凝聚力。中信出版以实际行动诠释了文化企业的社会责任担当，展现了推动社会可持续发展方面的坚定决心和积极作为。



一、肩负文化担当，践行国家战略

助力乡村振兴对口帮扶

中信出版以“智志双扶”为核心，持续深化文化振兴在乡村振兴战略中的关键作用，推动脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接。

中信出版“梦想书屋”“梦想课堂”教育帮扶计划

在文化教育帮扶方面，中信出版连续第五年打造“梦想书屋”、带来“梦想课堂”，不断丰富帮扶地区学校的少年儿童读物、改善阅读环境，有效激发了边疆地区青少年的求知热情。



报告期内

公司为中信集团帮扶援藏区县建造“梦想书屋”
25个
捐赠科普、历史各类图书
1.44万余册
其中优质图书共计
7,900册

为 15 所中小学校量身定制素质教育课程累计覆盖师生 **2,500** 余人次

邀请编辑、作者在帮扶区县开展以传统文化、科普知识、口才课程作为主题的“梦想课堂” **17** 次
覆盖 **3,000** 余人次



中信出版助农帮扶计划

在乡村产业振兴领域，中信出版依托数字化新消费平台开展创新实践，通过直播带货、品牌孵化等模式助力农产品推广销售。同时，公司发挥自身优势，着力构建可持续发展的人才培育体系，邀请合作伙伴、行业专家为帮扶地区开展专题培训，系统传授文旅项目开发和运营管理等专业技能，成功培养出一批扎根乡土、服务振兴的复合型人才，为帮扶区县培训打造了一支“带不走”的人才队伍，为乡村振兴注入持久内生动力。

案例

中信出版帮扶团队赴黔江开展梦想课堂与考察交流活动

2024 年 10 月 16 日至 18 日，中信出版帮扶团队赴黔江考察交流开展梦想课堂活动，同时进行产业考察，开展助农帮扶直播活动，齐心协力，为美丽乡村建设贡献中信力量。在黔江区开展梦想课堂期间，中信出版讲师团分别前往育才小学和沙坝镇中心学校为当地中小學生带去别开生面的授课，共计有 500 多名学生参加了此次活动。在重庆市黔江区人民政府和黔江区乡村振兴局的大力支持下，中信出版与木良村携手，开展了“信守不渝，黔程似锦”木良村助农帮扶直播。

中信出版资金捐赠情况

公司统筹推进乡村振兴对口帮扶工作，完成《2024 年帮扶协议书》任务要求，捐赠资金执行度 100%。

坚持文化“走出去”战略

中信出版重视国际合作，始终坚持文化“走出去”战略。报告期内，公司全年对外输出版权 392 项，欧美国家版权输出获得突破性进展，同比提高 9 个百分点。公司 2024 年深度践行国家文化“走出去”战略，在“经典中国”“丝路书香”等四大国家级翻译工程中实现突破，14 个重点项目成功立项，《读懂中国式现代化》《新质生产力》等核心著作通过精准译介构建起中外思想对话新通道。《大国新路》英文版荣膺年度输出优秀图书，以文学载体展现中国智慧。港澳台市场开拓成效斐然，8 种图书获评“向港澳台出版发行繁体图书”项目嘉奖，蝉联单体出版社榜首。童书《变变变》意大利文版登陆博洛尼亚童书展主舞台。



欧美授权取得突破性进展

携手书探拓展国际传播渠道

公司携手欧洲书探，将精心挑选的图书信息纳入其周工作汇报，定期发送给国际客户，有效拓宽了图书的国际传播途径。

充分借助译者作用推广作品

译者不仅承担样章翻译工作，还深入剖析与总结图书内容，并利用自身人脉向海外出版社积极推荐。鉴于译者在图书推广中的关键地位，报告期内，中信出版精心策划并制作了《我的皮村兄妹》《野色》以及万玛才旦系列短篇的英文推介介绍，充分借助译者的专业能力和影响力推广作品。

参加活动以提高品牌影响力

北京国际图书博览会期间，中信出版子公司春潮和大方积极参与多场驻华使馆举办的活动，通过各种场合以文学编室的名义推出作品，进一步加深了公众对品牌的印象、调性及选品的认知，显著提高了品牌关注度。

案例 1 《水下之人》获得多国授权，高版税落地意大利

公司出版的《水下之人》成功获得多国授权，其英文版出版社为英国的 Honford Star，这是一家专注于亚洲文学的小众出版机构。尽管规模较小，但其出版的作品中不乏荣获多项文学奖项的佳作，被视为英国文学出版领域冉冉升起的新星。而《水下之人》的意大利文版则由知名出版集团 RIZZOLI 旗下的文学品牌 Mondadori 出版，该书的预付版税高达 13,500 欧元。

案例 2 杨知寒作品受国际认可，翻译助力“中国文学”走出去

公司合作的青年作者杨知寒被外界普遍认为是东北复兴文学的接棒者，她的作品赢得了国际顶尖文学杂志 Granta 的青睐，被选入 Granta 中国专刊，并且邀请了翻译家 Helen Kay Wang 担任其作品的译者。

案例 3 策划博洛尼亚童书展活动，推动童书版权输出

中信出版版权输出业务部门协同童书部门，组织策划了博洛尼亚童书展《今天在等待着明天·曹文轩国际大师哲理绘本》意大利语首发暨“中国绘本的中国特色和国际化之路”版权推介会，邀请意大利出版社、版权代理公司、绘本译者共同参与活动。此外，2024 年度的版权输出业务还首次亮相伦敦书展，与来自俄罗斯、英国、巴西、韩国和越南的出版社就原创图书进行了洽谈，交换了选题意见，公司对国际选题方向有了更为深入的了解。



二、立足出版优势，讲好中国故事

出版一线，牢记初心使命

公司在主题出版方面成绩显著，《科技创新的力量——颠覆性创新如何引领现代化产业体系建设》《金融高质量发展：具体内涵和实践路径》入选中宣部 2024 年主题出版重点出版物选题，进一步夯实了中信出版在大众出版领域的坚实基础，“金名片”越发闪亮。公司全力打造“新经济出版工程”，以财经和社科等优势领域为核心，推进中国式现代化等重大战略目标，精心策划了 10 个主题书系，目前 5 部作品已进入正式出版流程。

报告期内，中信出版秉持“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的理念为人民出好书，收获一系列“双效”精品力作。

案例 01 《科技创新的力量——颠覆性创新如何引领现代化产业体系建设》

本书由中国社会科学院工业经济研究所未来产业研究组所著，洞悉颠覆性科技创新的全球发展动向及其催生的新理念、新模式、新路径，从升级壮大战新产业、制胜未来产业新赛道、提质转型传统产业三个维度，深入解读中央经济工作会议精神，为读者全景展现全球科技竞争和中国产业发展新变局、新机遇、新赛道，培育发展新质生产力，领航现代化产业体系构建和高质量发展。

该书入选中宣部 2024 年主题出版重点出版物。



案例 02 《金融高质量发展：具体内涵和实践路径》

该书从金融与中国式现代化、优化金融服务、深化金融改革、防范金融风险、扩大金融开放、培育金融文化、建设金融强国和坚持党的领导八个方面，全方位深入解读金融高质量发展的具体内涵和实践路径，帮助读者全面准确理解金融高质量发展实质，坚定不移走中国特色金融发展之路。

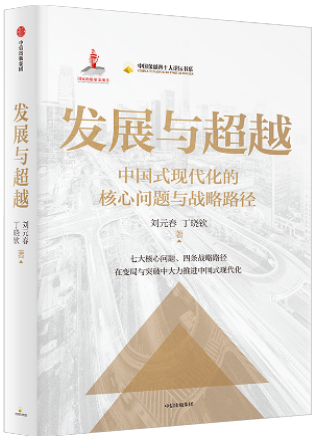
该书入选中宣部 2024 年主题出版重点出版物。



案例 03 《发展与超越——中国式现代化的核心问题与战略路径》

该书从理论基础、核心问题和战略实施三个方面分别阐述了中国式现代化的意义内涵、重点问题和实现路径。作者多年来从事宏观经济和政治经济学研究，运用马克思主义政治经济学基本理论和中国特色社会主义政治经济学最新成果，从理论与实践层面对如何认识中国式现代化、当前中国式现代化进程中存在哪些问题和挑战、如何在党的领导下推进中国式现代化进程进行深入分析。

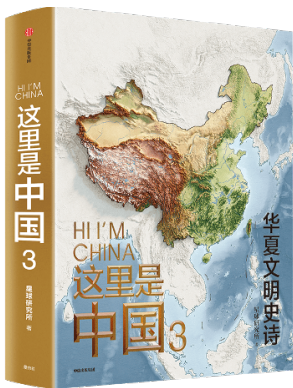
该书入选 2024 年度国家出版基金资助项目。



案例 04 《这里是中国 3》

该书为典藏级国民地理书“这里是中国”系列第 3 部，从中华文明的角度，讲述正在或曾经生活在中华大地上的 200 亿中国人，如何用智慧缔造出独属于自己的非凡家园，形成独属于中国人的文明基因，从此瓜瓞延绵，赓续文脉。

该书入选 2024 年北京市科协科普创作出版资金资助项目。



案例 05 《中国文化之美》

该书由全国哲学社会科学工作办公室领衔，各领域专家联手呈现，选取国学、礼仪、书法、绘画、服饰、建筑等 13 个坐标，通过“美在品格”“美在艺境”“美与生活”三个篇章，从美学视角诠释中国文化底蕴，以宏大视角，生动讲述华夏五千年美的历程，展现中国人美感世界的荦荦大端。

该书入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目。



传播中国声音，助力陆海新通道建设

中信出版积极响应中国式现代化建设的内在要求，深入挖掘中华文化丰富内涵，充分发挥出版行业专业优势，精准把握时代发展脉搏，以文化为引领，为讲好中国故事、传播中国声音贡献智慧与力量，助力地方文旅融合发展，在新时代绽放新光彩。

案例

中信出版举办“机遇中国·品牌重庆”

全球宣传推广活动暨 2024 陆海财经论坛



2024 年 5 月 18 日，中信出版联合重庆西部国际传播中心，在重庆共同举办“机遇中国·品牌重庆”全球宣传推广活动暨 2024 陆海财经论坛。本次活动以“重庆造”出海和企业“走出去”为主题，向世界生动讲述中国机遇、展示重庆品牌，帮助重庆产业、重庆企业、重庆产品、重庆文化跨越山海、走向世界。



聚合国际传播资源，为重庆经济搭建出海推广平台

现场同步举行了“陆海财经产业出海服务平台”暨“陆海财经客户端”上线仪式，由西部国际传播中心和中信出版共同打造的数字主播“小乔”正式亮相。该平台聚合双方国内外财经媒体、智库专家、技术服务和产业资源，从媒体服务、智库支撑、技术赋能、国际公关到法务、金融、海外展会、行业资源对接等多领域，进一步聚合国际传播资源为重庆经济搭建出海推广平台。提供包括国际推广片、系列报道、精品访谈、企业故事、短视频、直播、电视栏目等“十个一”服务，建立“地理标识——产业特色——企业标签——产品个性”多层次品牌的立体传播矩阵。



三、履行产品责任，坚守价值导向

严把内容品质，守护知识净土

健康安全阅读

公司在出版过程中，严格落实《出版管理条例》《图书质量保障体系》《图书质量管理规定》要求，执行选题论证、“三审三校”、设计方案三级审核、重大选题备案、地图送审等有关要求，以及责任编辑制度和总编辑终签制度；紧扣《把好“五关”强化出版流程管控指导意见》，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。

图书质量保障体系

中信出版建立和实施严格、有效、可操作的内部图书质量保障体系。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”相关要求融入日常业务工作，修订《中信出版三审三校及发稿管理办法》《中信出版集团选题论证管理办法》《中信出版集团股份有限公司重大选题备案管理办法》等规定，对选题策划论证、书稿审读编校等出版全流程严格把关。

图书出版阅评制度

中信出版重点执行出版阅评制度。报告期内，公司每月组织各出版板块开展图书阅评工作，未产生媒体曝光负面事件。

公司严格执行图书出版阅评相关规定，完善数字产品和新媒体内容审核发布流程，细化舆情监控制度，形成负面清单和动态监控机制。

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，针对发现倾向性、苗头性问题落实整改，严控出版质量。

全媒体管理审核流程

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

审核流程



坚守广告合规

中信出版坚守广告合规标准线，以严谨制度为基，以多元实践为径，全方位深化广告合规管理。通过层层审核精雕内容，定期培训提升意识，实时监测迅速纠错，确保每一则广告都合法合规、契合道德规范。

广告合规政策与制度

公司制定了严格的广告合规政策，明确规定了广告内容的制作、审查和发布流程。同时，公司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。

广告合规实践

内部审核：

公司通过书讯出版整合平台对选题封面、即将上架的图书营销语等进行合规审核，确保广告符合法律规定及道德规范。

员工培训：

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广告合规政策。报告期内，法律合规部共计在公司范围内举办 2 次广告语合规培训，取得显著成效。

广告监测：

公司对发布的广告进行实时监测，一旦发现违规内容，立即进行整改或下架处理。

广告合规成效

公司通过严格的合规管理和实践，报告期内，公司未发生广告违规被处罚情况，消费者满意度持续提升。公司将继续秉承合规经营的理念，不断提升广告合规管理水平。并将加强与政府、行业协会、消费者等各方的沟通与合作，共同推动广告行业的健康发展。

信息安全保障

中信出版高度重视数据安全，成立专业数据部门团队负责数据安全管理制度体系的构建。结合公司业务特点和数据资产状况，制定了全面且细化的数据安全管理制度。从数据的产生、存储、传输、使用到销毁的全生命周期，都明确了相应的管理规范 and 操作流程，确保每个环节有章可循。公司始终坚持数据安全与隐私保护的最高标准，并通过完善的管理制度和技术手段确保数据的安全性。报告期内，公司未发生任何重大或显著的数据安全事件。

数据安全风险防范措施

完善数据安全管理体系

公司建立了全面的数据安全管理制度，明确了数据分类分级、访问控制、加密存储等要求，并定期进行内部审计和风险评估。

数据分类分级：

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。

访问权限管控：

实施严格的权限管理，根据员工的工作需要分配最小权限，只有经过授权的人员能够访问特定数据。

加密技术：

在数据传输和存储过程中，广泛采用加密技术，确保数据的保密性和完整性。

数据备份与恢复：

建立完善的数据备份策略，定期对重要数据进行备份，并定期进行恢复演练，以保障数据在遭受意外损失时能够快速恢复。

加强技术防护能力

公司持续优化网络安全架构，采用先进的防火墙、入侵检测系统（IDS）、数据脱敏技术等，确保数据在传输、存储和使用过程中的安全性。

强化员工安全意识

公司定期开展全员数据安全培训，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。

合规性与第三方审计

公司严格遵守《网络安全法》《个人信息保护法》等相关法律法规，并定期接受第三方专业机构的合规性审查和风险评估，确保公司数据安全管理体系的有效性和可持续性。

知识产权保护，护航创新创作

中信出版将打击盗版侵权作为“八五”普法工作的有力抓手，充分发挥自身优势，多维度创新开展维权实践。公司深化数智时代知识产权保护体系建设，构建“司法震慑 + 技术防控 + 教育引导”三位一体长效保护机制。

司法震慑——实施民事诉讼维权战略

中信出版深挖侵权根源，持续探究网络平台责任，为全行业在涉平台责任民事诉讼维权领域树立标杆。公司踊跃参与由全国扫黄打非工作领导小组办公室、各地方省市各级党委宣传部门、文化执法部门以及中国出版协会等权威组织发起的打击侵权盗版专项行动，与同行们联合发声，坚定抵制盗版行为，以实际行动为营造健康有序的文化生态贡献力量。同步依托京版十五社反盗版联盟，联合全行业之力，聚焦推进平台担责相关案件，携手共进，为促进网络平台环境朝着健康、可持续发展添砖加瓦。

报告期内

公司及下属控股子公司涉及 1012 起诉讼、仲裁案件，其中 985 起为我司起诉侵害知识产权的小额维权案件

同时成功新增 5 个判决网络平台承担连带责任的胜诉案例，且其中 3 个案例已斩获终审有利判决

技术防控——建立出版物数据监测系统

中信出版极具开创性地牵头组织上海徐汇法院与出版行业及电商平台共同搭建涉电商平台知识产权侵权专项治理平台，督促平台修改治理规则，解决了一大批长期困扰出版社的“痛点”，强化“溯源治理”，实现“抓前端、治未病”，努力推动司法机关在新的形势下平衡技术创新与版权保护，从源头减少算法科技对著作权的侵害。

报告期内

公司清理侵权链接 2.30 万条

教育引导——新媒体普及防伪鉴真知识

中信出版重视知识产权保护公众教育，联动国家版权局开展“护苗 2024”青少年教育项目。同时上线新媒体传播矩阵宣传反盗版文化推进社会共治，向广大读者深入浅出地普及图书防伪鉴真知识，激发读者参与盗版打击的热情，努力推动社会共治的良好氛围。

报告期内

公司开设的自媒体账号“盗版书鉴定小分队”集中上线 27 期视频

《文化守护者》等线上专栏触达个体超 5,000 万人次



擦亮中信品牌，保护企业价值

中信出版深知品牌的力量，始终将品牌建设作为企业发展的关键战略。通过规范品牌使用、优化品牌架构、强化商标管理和加大品牌投入，擦亮“中信”品牌，使其在文化出版领域熠熠生辉。

品牌规范化管理

提升品牌使用规范性

中信出版制定《中信出版集团品牌管理规范》《中信出版集团品牌视觉识别手册》统一中信品牌形象、维护中信品牌资产、规避潜在风险，从而规范品牌使用。党委宣传部日常以抽查的方式对品牌使用情况进行监督。

优化业务品牌架构

中信出版主品牌包含中信书店、中信书院、中信读书会等 6 个以中信母品牌为背书命名、已获得中信集团品牌授权的下属子品牌，涵盖漫游者、见识城邦、比较、灰犀牛等 33 个出版人子品牌，已形成三层科学品牌架构。所有品牌均遵照《中信出版集团品牌管理规范》《中信出版集团品牌视觉识别手册》规范运行，《中信出版集团品牌管理规范》已明确新增产品和服务品牌设立的范围和限制性要求。

从严推进商标管理

中信商标使用管理的制度有《中信出版集团品牌管理规范》《中信出版集团品牌视觉识别手册》，中信出版官网、微信公号、微博、中信书院 APP 等官方传播平台均已完成中信集团品牌认证。报告期内，未在出版行业发现擅自、滥用中心商标的情形。

铸造品牌影响力

中信出版重视品牌建设，持续加大投入力度

报告期内，公司品牌预算主要由业务宣传费、展览费、店面营销费用、业务宣传费、捐赠支出及北京订货会几方面构成，该预算与收入或利润水平挂钩。

中信出版优化业务结构，持续提升品牌影响力

报告期内，公司重组升级新经济、主题学术、财经、社科、生活美学、文学和动漫七大出版事业部，深度运营全产品线百种精品力作，围绕“重新发现中国”系列主题，推进“十大重点出版工程”，财经和社科两大主要产线品效提升 25% 和 17%。少儿文化集团以中信童书为基础，构建“多元立体阅读体系”，围绕“三大年龄段六大主题”研发分级阅读体系，全年策划实施 3 万多场“发光读书会”阅读活动。

孵化动漫产线

报告期内，公司新孵化的动漫产线同比增长超 25%，影游书 IP 联动进一步扩大，与《黑神话：悟空》《哪吒之魔童闹海》达成衍生图书合作，已于 2025 年一季度面市；持续签约头部 IP，强化衍生品等业务拓展。紧密结合“Z 世代”喜好，用年轻人喜闻乐见的方式挖掘传统文化内涵，传递时代精神。

案例 01

中信出版携手光线彩条屋影业推出
《哪吒·三界往事》绘本及《哪吒之魔童闹海艺术设定集》

《哪吒·三界往事》作为官方原创番外绘本，由电影原班美术团队操刀，深挖角色故事，196 页全彩手绘延续电影水墨国风。《哪吒之魔童闹海艺术设定集》全方位展示 30 余重要角色、20 余关键场景及 6 大高燃名场面的设定细节，书中还收录导演创作思路访谈，为读者呈上深度创作解析。

案例 02 中信出版与《黑神话：悟空》合作打造设定集《影神图》

中信出版与《黑神话：悟空》合作打造的衍生作品《影神图》已于 2025 年 4 月正式开启发售工作。《影神图》共 6 卷，含“火照黑云”等篇章，完整收录小妖、人物等 203 个角色，每个角色皆有赞词、画像与小传。书中还有游戏科学的朱笔旁批，标注经典台词、关联角色及《西游记》原文眉批，丰富角色塑造与内容。



重塑童书出版未来格局

中信出版少儿文化集团继承了中信出版改革创新基因，始终坚持以儿童为本，坚守阅读初心，致力于通过高质量的童书内容和创新性的阅读服务，积极寻找童书发展新思路。自 2015 年成立以来，中信童书成为成长最快的童书品牌之一，连续三年稳居在少儿市场前五位。

高质量引进：

中信出版关注每本书的品质、价值观、艺术水平和儿童视角，精选全球大奖、优质创作者的儿童内容，开拓儿童的国际视野。公司已出版图书包括纽伯瑞金奖《最后一个讲故事的人》、DK 典藏系列《浩瀚宇宙大奥秘》、纽伯瑞金奖 & 凯迪克银奖绘本《市场街最后一站》、凯迪克金奖绘本《你好灯塔》等。

高质量原创：

中信出版聚焦优秀传统文化的创新性表达，关注中国人独特的情感和价值观，关注中国高速发展的新科技，连续三届举办红披风绘本大赛推出系列精品工程——国风美绘本书系；联合著名作家曹文轩老师和国际顶尖的绘者，推出曹文轩哲理绘本系列，在科普原创方向联合专家团队、IP 方等，推出系列“了不起的大国重器”“不白吃漫画中国新科技”等一系列儿童喜爱，创新表达且专业的科普图书。

高质量制作：

中信出版关注儿童健康、关注环保、关注细节，中信童书产品已获得北京市印刷工业产品质量监督监测站等多方认可。

2024 年 6 月 21 日，中信出版少儿文化集团在第三十届北京国际图书博览会现场举办了主题为“重塑童书出版的未来”品牌发布会，正式发布其品牌理念及“中信出版少儿文化集团多元立体阅读体系”。中信童书坚守“以儿童为本，用阅读陪伴孩子一生长成”的价值主张，出“6 大”阅读生态系统，以优质的内容资源和作家资源为核心，以阅读服务为抓手，从书到非书、从线上到线下，从线性阅读到融合出版，从点到面的阅读体系，向家庭用户提供高品质的教育服务，让阅读无处不在。

“以孩子为本” 六大产品服务体系

阅读产品体系：

与国际著名 IB 教育专家，研发三大阅读难度，六大主题的产品体系，为孩子提供阶梯式主题阅读。

三大阅读阶梯：

联手青苗教育集团，针对 3—5 岁、5—8 岁、8—12+ 岁的儿童群体推荐首批 100 本主题书单，帮助家长解决选书难题。

六大主题维度：



科普融合出版探索：

截至 2024 年末，中信童书 &DK 合作图书项目 70 多种，共销 500 万册。其中 DK 典藏系列，通过中信童书新媒体渠道发力，累计销售 100 万册。未来中信童书与 DK 逐步形成内容定制化的深入合作，共同研发新的系列，为儿童带来更多有意思的科普主题，让知识活起来、动起来。



品牌“发光读书会”：

以推广儿童阅读为目标，邀请名家名师，精选优秀儿童作品，联动全国书店、儿童图书馆、中小学校、媒体、教育品牌、企业等合作方，全年策划实施 3 万多场“发光读书会”阅读活动。截至 2024 年末，已经达成跟河南省、山东省、四川省的战略合作，以及中信保诚、麦当劳等集团协同单位的合作。



从听故事到讲故事的人：

联手上海广电举办全国“了不起的你”故事大赛，覆盖百万读者，通过阅读服务给孩子提供一个展现自我的舞台，给孩子锻炼口才、培养自信心和表达能力的机会。



阅读研学计划：

用优质的内容赋能研学的深度，让书本中知识和故事，跟社会实践相结合，让阅读可视、可听、可触摸，可感知。已开展的故宫研学、city walk、探究一本书是如何做成的研学等活动都收获了家长的一致好评。

线上图书馆：

线上课程、数字化阅读，通过趣味性、便捷性的阅读内容助力孩子提高阅读兴趣。



四、坚持以人为本，维护员工权益

尊重劳动，守护权益

公司坚持以人为本发展理念，持续深化员工关爱体系建设，多维度提升团队凝聚力和向心力。严格落实福利保障制度，建立困难职工动态帮扶台账，实现精准纾困；开展女职工健康讲座、手作沙龙等三八节主题活动；举办职工子女科普研学营惠及 126 个家庭；创新文化培育模式，通过秋季徒步、社团联赛等文体活动强化团队协作。

招聘与就业

通过持续优化招聘流程、丰富员工结构，中信出版不仅为员工提供平等的晋升机会，更为企业的长远发展注入源源不断的活力，共同书写属于每一位员工的精彩篇章。

企业招聘政策及执行情况

公司拥有完善且规范的招聘制度，招聘流程涵盖职位发布、简历筛选、面试评估、背景调查及录用决策等环节。通过官网、招聘平台及校园招聘等多渠道发布信息，广泛传递职位需求。简历筛选侧重教育背景、工作经验及技能匹配，由人力资源与用人部门共同评估，确保公正。对拟录用者进行背景调查，核实学历及工作经历，确保真实性。公司提供平等的晋升机会，依据员工表现、能力及岗位匹配度决策，并为员工提供专业技能、管理能力及职业素养等多样化培训，支持员工全面发展。公司严格遵循国家相关法律法规，明确禁止在招聘、晋升、培训等环节中出现任何形式的歧视行为。报告期内，公司劳动合同签订率达到 100%。

员工结构多元

截至 2024 年末，公司共有劳动合同制员工（全职）955 人，劳务派遣员工（全职）65 人，非全日制员工（实习生、兼职等）69 人。

公司女性员工占比超过 7 成

劳动合同制员工中，女性员工 717 人，男性员工 238 人。

公司年轻员工占比较高

30 岁以下员工 317 人，31 至 35 岁员工 254 人，36 至 40 岁员工 180 人，41 至 45 岁员工 128 人，46 至 50 岁员工 47 人，51 至 55 岁员工 27 人，56 岁及以上员工 2 人。

公司员工民族构成多元化

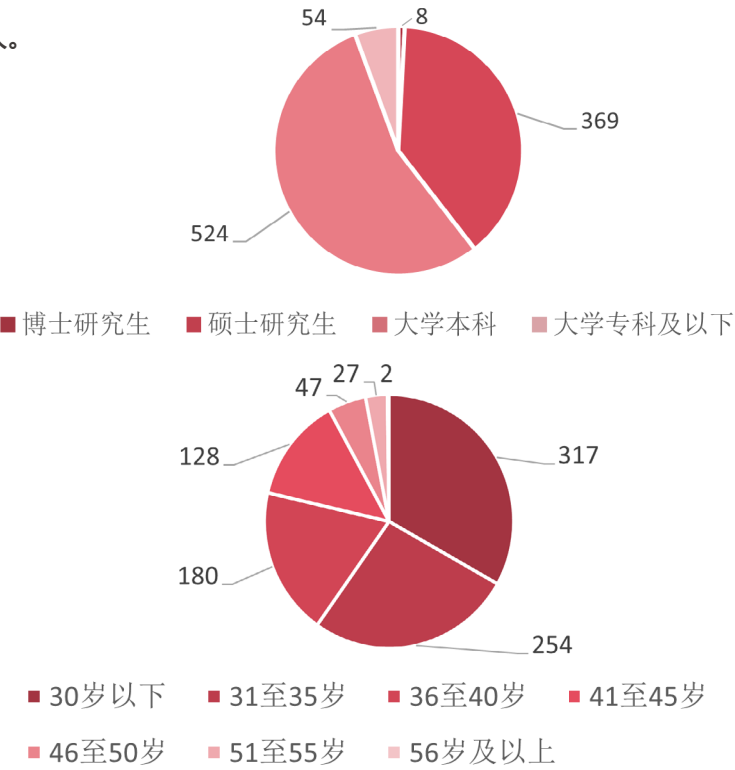
汉族员工 903 人，少数民族员工 52 人；中国大陆员工 951 人，港澳台员工 2 人，外籍员工 2 人。

公司拥有较高比例的高学历人才

博士研究生员工 8 人，硕士研究生员工 369 人，大学本科员工 524 人，大学专科及以下员工 54 人。

公司提供残疾人招聘关爱

残疾人招聘共计 16 人。



薪酬与福利

中信出版结合战略目标、市场变化情况和内部人才状况，持续贯彻“按劳分配、按绩取酬、兼顾公平、赏罚分明”的原则，坚持执行与企业社会效益、经济指标及工作绩效考核挂钩的激励性薪酬分配制度，确保每一位员工的辛勤付出都能得到应有的回报。

报告期内，公司继续维持一定的资源倾斜，稳定骨干员工的收入水平，兼以业绩考核为导向，保持一定水平的人力资源投入产出比，以达到内外平衡、统筹兼顾、增进凝聚力及向心力的作用。



激励性薪酬分配

公司结合同业市场激励机制，进一步完善差异化工资总额决定机制，针对不同赛道的特点制定“一司一策”薪酬制度，细化内部“双效”考核指标，不断鼓励内部优秀人才脱颖而出。

薪酬福利保障

报告期内，公司按时发放月度薪酬及年终奖金，无延误。向全体劳动合同制员工提供法定基本养老保险及住房公积金，为每一位在职劳动合同制员工缴纳商业补充医疗保险提供更多就医保障，并根据上级单位管理办法向有意愿缴纳企业年金的正式员工提供补充养老保险保障。

工作时间和休息休假

公司出版业务、数智服务业务、文化消费业务各部门根据业务情况，主要采用标准工时制，人均每周工作时间不超过法定 40 小时；结合国家及公司规定，正式员工均享有年休假、婚假、产假、育儿假、陪护假等法定带薪休假，及公司提供的带薪公休假。

赋能成长，助力成才

员工发展

中信出版注重营造温暖和谐的工作氛围，保障员工合法权益，鼓励员工积极参与公司民主管理，共同为公司发展建言献策。

员工民主管理

公司坚持以人为本、民主参与、共同发展的员工民主管理政策。保障员工知情权、参与权、表达权和监督权。鼓励员工参与企业管理，发挥主人翁精神。建立健全员工民主管理制度，畅通员工诉求表达渠道。构建和谐劳动关系，促进企业与员工共同发展。严格落实员工民主管理，设立工会，建立职工代表大会，成立员工各类文化活动小组，组织开展文化活动，促进员工交流沟通。

报告期内

召开工会委员会 8 次

组织召开职工代表大会 1 次

荣誉表彰激励

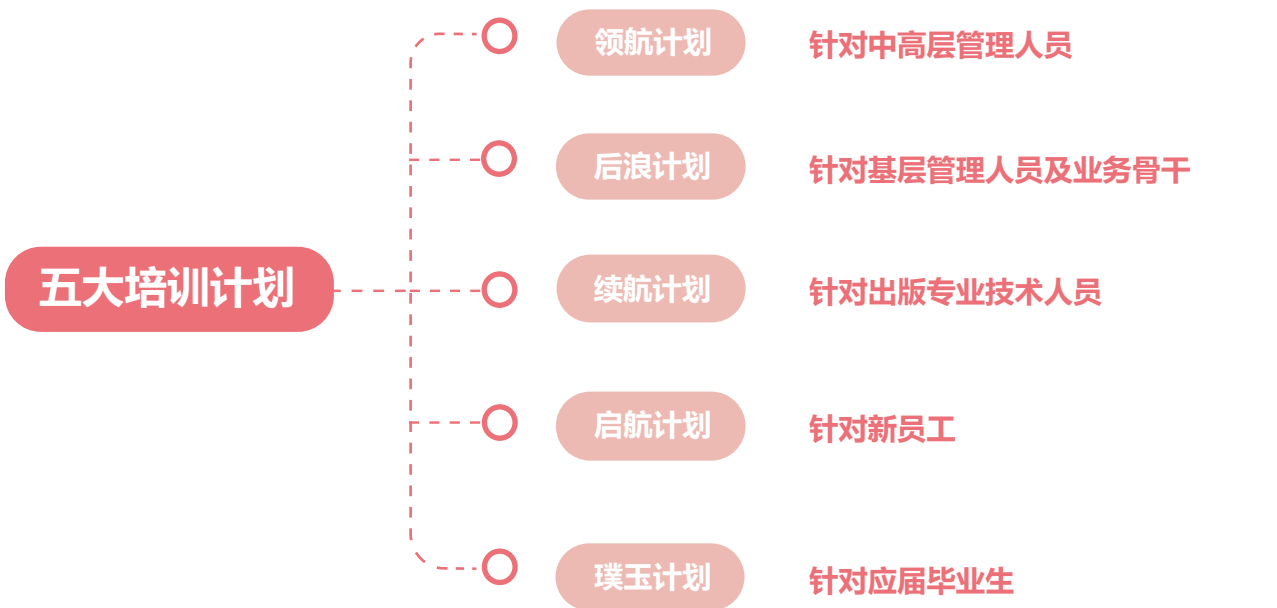
公司工会及时、准确把握职工队伍状况、劳动关系情况，同时加强各项制度建设，制定了《中信出版集团工会采购管理办法（2024 版）》与《中信出版集团工会议事制度（2024 版）》。为了增进职工的归属感、认同感，激发工作热情和积极性，营造公司内部感激奋进、坚守奉献的良好氛围，公司参照中信集团工会荣誉体系，制定了《中信出版工会荣誉体系管理办法草案》。

- » 组织参加中信集团五一劳动奖和工人先锋号等荣誉称号的评选，推荐优秀团队和员工参与评选。
- » 举办中信出版老员工五周年十周年贡献奖表彰大会，奖励在岗五周年职工 80 人，在岗十周年职工 8 人。

员工培训

“5+2” 人才培养体系

为全面推进干部教育规划目标任务落地，加强公司干部人才队伍建设，公司建立 5+2 人才培养体系（五大培训计划、党员教育和专题培训），五大培训计划包括针对中高层管理人员的“领航计划”，针对基层管理人员及业务骨干的“后浪计划”，针对出版专业技术人员的“续航计划”，针对新员工的“启航计划”以及针对应届毕业生的“璞玉计划”，进一步完善了内部教育培训体系。



重点培训项目包括“后浪计划”卓越训练营、“续航计划”出版专业中级职称考试着陆营、“续航计划”出版专业高级职称培训、“续航计划”出版专业技术人员继续教育面授班、“启航计划”新员工培训、“璞玉计划”应届生培训等，策划了多个系列培训与人才发展项目，持续提升员工的政治素质和履职能力。



报告期内

共计开展 31 项、195 期培训

公司内部组织培训 169 期

参加外部培训 26 场

参训共计 11,704 人次

优化培训体系，筑牢公司干部人才队伍建设基础

持续优化五大培训计划，提升卓越训练营品质

公司不断提升出版人的政治理论素养、经营管理能力和专业能力，课程包括印制管理、财务管理、团队管理、库房现场教学等，培训期间深研业务、学练结合，补短板、强弱项。

优化启航计划（新员工培训），注入新活力

全面升级的新员工培训采用了课堂讲授、主题活动、学习分享以及外出现场教学等多种学习形式，各业务板块针对业务需求及实际工作情况制定个性化的新员工专业培训内容。

丰富续航计划内涵，助力员工专业成长

续航计划包括高级职称评审、出版中级考试培训“着陆营”、编辑继续教育培训、少儿培优班、少儿提效班、编校错例分享会、编辑执业资格（意识形态专项）考试与培训、新媒体舆论导向专项测试和试卷讲解和中信书店店面专业技能相关专题培训等。

稳步推进璞玉计划，校园招聘成果显著

2024 届璞玉计划招聘锚定国内高校毕业生，通过职前实习、岗前培训、在岗实践、岗上教练带教及岗上集中培训五个阶段进行。

推进培训资源建设，构建多元学习支撑体系

拓展培训场地资源，打造多元学习空间

公司积极拓展公司内部固定场所和公司外部场地资源，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、中信书店三里屯店、盛通印刷厂培训基地建立合作关系。

挖掘培训供应商资源，创新培训合作模式

公司利用中信出版作者资源优势，与内部培训品牌中信书院合作，设计体系化人才培养项目，顺利开展多场员工培训活动。

构建讲师资源库，汇聚内外专家智慧

公司内部专家、专业技能强的内部员工、培训项目经理均为内部讲师资源。积极拓展行业专家、图书作者、独立职业讲师及培训机构签约讲师作为公司外部讲师资源。

完善培训课程体系，满足多样化学习需求

公司建立培训课程体系，主要分为管理序列、通用序列和专业序列。

完善制度机制，保障培训工作科学有序开展

强化培训体系设计，健全制度规范

公司执行有力的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。研究修订中信出版集团培训项目运营管理办法、中信出版编辑岗位任职资质管理试行办法等。

优化培训需求管理，提升培训精准性

公司把需求研判贯穿到培训全过程，训前把握需求、训中动态调校、训后动态复盘，挖掘潜在培训需求。明确培训的目标和预期结果，通过了解员工绩效结果、市场变化等方式，识别出员工培训需求，更有针对性地制定培训计划方案。

搭建“中信出版创新学院”在线学习平台，提升培训工作效率与质量

升级数字化学习平台，创新考学结合模式

通过升级数字化学习平台，公司不断优化员工线上学习体验，强化数字化学习理念，实现员工随时随地随需学习。引进培训考试系统，实行以考促学，以考代训，积极探索考学结合的学习新模式。

加强网络课程建设，推动知识资产沉淀

公司根据人才成长阶段和不同岗位培训需求，建立完善的各岗位网络课程体系。以岗位分类、层级分级培训体系建设为目标，形成涵盖党性教育、专业知识、综合技能和职业素养等多领域的专题课程库，推动企业知识资产的挖掘和沉淀。

推进培训管理数字化，提升运营管理效率

公司利用线上统计工具，收集培训记录、培训需求、参训表现等数据，实现培训信息精准记录、标准化管理。推广线上直播培训方式，成批量、高效率、高效能组织培训工作，节约培训组织实施成本，提高培训运营管理效率。

01 案例一 工会干部培训

中信出版工会先后委派员工参加集团工会干部培训班、参加集团工会女工干部培训班、参加集团职工心理辅导师培训班，并将学习成果在工会委员会会议上进行传达分享，有效提升了做好工会工作、女职工工作、职工心理辅导工作的能力水平。

02 案例二 客服部轮岗计划

为了提高客服部员工工作效率，优化客服服务质量，增加员工的工作经验，并可灵活应对突发状况，保持员工对各类业务的熟悉度，重新制定客服部轮岗计划。通过轮岗，使员工可以更全面地了解各个业务平台的客服工作，拓宽员工视野、提升技能多样性、增强团队凝聚力、提高客户满意度，促进员工间的交流与合作，更好的做好客户服务。

03
案例三 “新媒体舆论导向” 专项培训

报告期内，中信出版面向公司新媒体岗位、外宣岗位人员，共组织 10 次“新媒体舆论导向”专项测试及培训，约 2,000 人次参与。授课教师为公司编审室终审老师，要求应考尽考、应训尽训，加强刚性约束。2024 年 6 月 24 日，组织公司新媒体岗位、外宣岗位人员统一参加集团声誉风险线上培训。

I
温暖关怀，健康同行

保障员工安全

公司配备了完善的安全防护设施，包括消防器材、应急照明、安全出口标识等，并定期进行设备检查与维护，确保其处于良好运行状态。每年会组织火灾应急演练，开展消防安全知识培训，培训覆盖率达到 100%，有效地提升员工的应急响应能力。此外，公司有安全管理团队，负责日常安全巡查和隐患排查，确保及时发现并整改潜在风险。报告期内，公司没有发生因公死亡事故。

中信书店员工安全保障 案例

根据中信出版集团《关于深入开展安全隐患排查整治工作的通知》的精神，中信书店落实主体责任，建立生产经营单位负责、职工参与，集团和工会监管的机制。建立安全生产工作小组，加强安全生产管理，并制定了《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》《食品安全管理标准、制度及办法》《中信书店消防应急预案（试行）》等文件对书店进行标准化管理，保障员工生产生活安全。

以上举措建立健全了全员安全生产责任制和安全生产规章制度，加大了对安全生产资金、物资、技术、人员的投入保障力度，改善了安全生产条件，加强了安全生产标准化、信息化建设，提高了安全生产水平，确保了安全生产。

员工身心健康

中信出版为正式员工缴纳补充医疗保险，在职人员（含实习生）缴纳意外险，社会保险覆盖率达到 100%，每年组织一次健康体检。公司坚持以人为本发展理念，持续深化员工关爱体系建设，多维度提升团队凝聚力和向心力；坚持以职工为中心，用心用情用力把实事办好、把好事办实，助力“幸福中信”建设在中信出版落地生根。

员工慰问关怀

- 建立员工生日、生育信息档案，精心安排员工生日当月的蛋糕礼券、生育家庭的慰问。
- 解决职工在安全生产和生病住院等方面遇到的实际困难。
- 针对库房、书店等工作强度大、工作环境复杂的一线员工，工会在重要节日、严寒酷暑等时期开展专程慰问，送去关怀和温暖。
- 设立天津供应链服务中心职工之家，开展一线员工送清凉活动，采购冰箱、速干工服、制冰机等，改善一线职工工作环境。
- 完成职工春节、端午、中秋、国庆节日福利慰问发放，重点采购中信集团定点帮扶地区（云南元阳、重庆黔江）产品。
- 持续做好妈咪小屋、智能书柜的维护工作，以温暖小事提升职工幸福感。
- 积极参与集团工会暑期托管班和暑期公益夏令营活动，为职工家庭提供切实帮助。

文化活动

- 围绕“培养科学家精神”主题，举行了线上“书香润童心，阅读伴成长”展示活动及线下儿童科学营。截至 2024 年末，共计 43 组家庭、109 人走进科学营，让职工子女在自然实践中接受了科普教育。
- 在公司内部打造别具特色的职工书屋“信阅书吧”，进一步营造浓厚的全民阅读氛围。
- 为职工发放电影兑换券，丰富职工文化生活。
- 组建中信出版合唱团，吸纳 72 名团员，参与集团组织的合唱比赛并成功晋级总决赛。
- 积极参与集团工会组织的“礼赞新中国 奋进新时代”职工书画展，选送作品成功入选。
- 参与新闻出版业欢度春节视频联展，选送的男声独唱 MV 节目受到同行高度评价。

体育活动

- 组织团队秋游，引导职工放松身心、亲近自然。
- 与嘉铭中心健身中心合作，为职工提供健身补贴。
- 组织职工参与嘉铭中心的“低碳骑行”活动，共计 300 多名职工参加，展示绿色低碳生活理念。
- 在奥森公园举办健步走活动，引导职工锻炼身体，缓解工作压力，增强体质。
- 篮球、足球、羽毛球、乒乓球等社团持续纳新，定期举办活动。
- 积极参加集团工会组织的篮球、羽毛球、乒乓球、游泳等体育比赛，其中篮球队冲出小组赛跻身十六强，荣获赛事“勇毅拼搏奖”，创造团队项目最好成绩。

特色活动

举办第二届金牌讲书人活动，共计 13 个作品进入决赛，最终评选出一等奖 2 名、二等奖 4 名、三等奖 7 名，创新了工作方法，提升了业务能力，充分展示了中信出版企业文化，彰显了书香企业的独特魅力。

🌸 关切女性员工

中信出版以女职工占比 75% 的多元包容职场生态，积极践行企业社会责任，为促进女性高质量就业与社会性别平等注入温暖力量。公司通过系统化关爱机制与创新文化活动，将女性发展融入企业战略。从普法维权行动筑牢权益保障根基，到家风建设活动涵养家庭文明风尚；从妇女节主题关怀提升职场幸福感，到健康科普与技能体验赋能女性多元成长，中信出版以“她力量”驱动出版事业可持续发展，以文化担当诠释企业公民使命。中信出版以实际行动回应国家“稳就业、促发展”战略，为构建和谐劳动关系与性别平等社会贡献了行业样本与中信智慧。

“维护妇女权益，共享和谐社会”普法活动

案例 1

公司开展“维护妇女权益，共享和谐社会”普法活动，把法律送到女职工身边。帮助女职工进一步树立法治观念和维权意识，增强运用法律维护自身合法权益的能力，营造家庭平安、男女平等和谐发展的良好氛围。

“最美的你”女性风采暨家风家教主题活动

案例 2

公司开展“最美的你”女性风采暨家风家教主题活动。引导女职工在家风建设、子女教育中带动家庭成员，积极营造人人懂家风、守家规、遵家训的良好氛围，增强女职工的幸福感，展现女职工的家庭风采。

“做自己的花”女性主题活动

案例 3

公司工会举办三八妇女节幸福中信“做自己的花”女性主题活动，让女职工们度过了一个有趣味有意义的节日。共有 753 名女职工参与女性健康科普学习和知识问答竞赛，参与率高达 95%；71 位女职工参与新中式布艺手作体验工坊活动。



🌸 困难员工慰问

中信出版设立困难职工帮扶专项基金，为生活困难的员工提供精准帮扶。报告期内，主要用于慰问生育、生病住院职工及去世职工家属，传递企业对员工生命健康与家庭幸福的深切关怀。通过这些实际行动，中信出版不仅展现了对员工的深厚情谊，为每一位员工提供坚实保障，更以切实举措践行社会责任，共同构建温暖、包容、可持续发展的企业家园。

五、心系客户需求，提升服务品质

新发行体系与多业态合作

公司持续推动构建高效闭环的新发行体系，打造以用户为核心的分层分类传播矩阵。政企渠道实现与关键重要客户的多品类、多业态深度合作。新媒体直播持续树立文化出版行业标杆，领先优势明显。在渠道与营销复杂多变、加速迭代的趋势下，公司依托中信集团的协同优势，持续拓展合作版图，构建共赢生态。公司营销策略日益精细化、垂直化，数据驱动的营销模型不断优化，渠道把控与控价能力稳步提升。

客户满意度调查与反馈机制

中信出版坚持高水准选题和质检，高度重视客户意见，建立成熟客户反馈处理流程，做到及时反应、有效解决。各大平台官方旗舰店的客户满意度持续提升。

持续提升服务质量

公司客服部每月对印制问题、重点磕碰破损商品、运营售前售中问题、商品负面评价等数据进行整理、问题分析，并同步至相关部门，为提升各店铺业务指标及客户服务体验提供参考数据。同时协同公司内外部，合理、合法、快速、准确地解决客户问题，使客户问题在 48 小时内完结，并且符合法律法规、平台要求及公司规章制度。

严格监测产品质量

中信出版定期开展出版物自查整改，总结所发现的苗头性、倾向性、带有一定普遍性的问题，及时组织整改，避免引发风险及舆情。充分发挥网络舆情处置工作小组作用，切实守好网上舆论阵地，打造过硬的风险防控机制，强化事前风险预判、事中风险排查、事后风险化解的严密风险防控体系。图书出版后，中信出版持续关注营销宣传、读者反馈和网络舆情动态。对于发现存在产品问题的出版物，严格执行《中信出版集团产品问题处置管理规定》，确保在售图书质量安全。

客户隐私保护与投诉处理

中信出版不断完善技术和业务流程，充分保障客户个人信息安全，有效防止客户信息泄露，全方位保障客户合法权益。报告期内，中信出版通过各渠道获取的客户投诉总次数为 48 次，公司积极响应、快速处理，有效解决客户的相关诉求；参与过消保培训员工共 187 人。

六、完善采购管理，共筑产业生态

供应商及采购管理

中信出版具有完备的供应商管理和采购管理相关制度。为保障公司供应链管理的可持续性，提升公司整体社会形象和市场竞争力，中信出版在选择供应商时采取多维度综合考虑。

产品或服务质量方面，公司要求供应商提供质量认证证书以及过往合作的质量反馈报告。

报价方面，公司通过市场调研与多家供应商比价，确保获得合理且具有竞争力的报价。

交付能力方面，公司严格评估供应商的生产设备、产能以及物流配送体系，保证按时交付货物或服务。

督查方面，公司采用供应商评价，满意度调查等一系列措施，监督供应商提供的产品及服务等质量。

ESG 理念方面，公司积极响应可持续发展理念，将环境、社会、治理要素融入供应商选择标准。

环境层面，考察供应商的生产过程是否节能减排，是否有完善的废弃物处理机制。

社会层面，关注供应商的员工福利保障、劳动权益维护以及社区关系。

治理层面，评估供应商的企业管理架构、商业道德规范以及信息透明度。

供应商数量和分布

截至 2024 年末，中信出版供应商数量达到 14,162 家。供应商分布情况，从性质上看，企业和个人约各占 50%。从区域上看，全国均有合作供应商，其中，北京的供应商占比最高，其次是上海，广东。北上广区域合计约占 50% 供应商。

中信出版供应商总数量
14,162 家

构建完善且高效的研发创新管理制度体系

在项目管理上，引入敏捷开发与阶段评审机制，确保研发流程紧凑且关键节点可控。从项目立项、方案设计、开发测试到最终上线，每个环节都有明确的规范和标准。

持续加大创新研发投入，提升研发团队实力

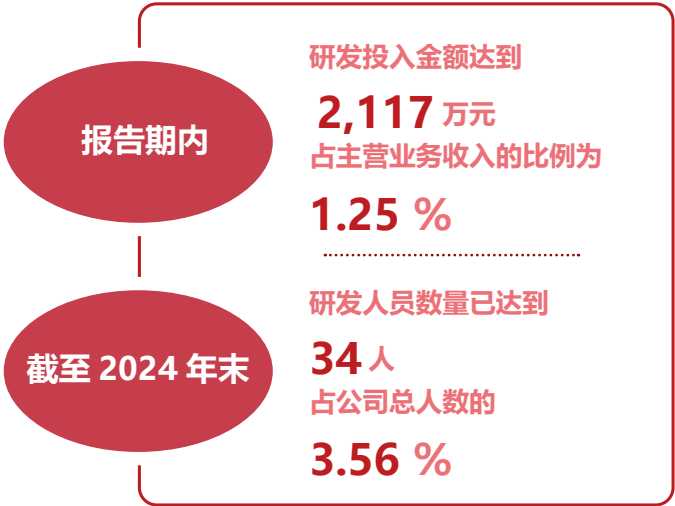
公司研发投入金额保持在行业较高水平，为公司的技术创新和产品升级提供了坚实的资金保障。资金筹措方面，公司每年从营业收中提取一定的资金作为科技创新专项使用，保障研发投入，并按年度规划各项目的使用比例，编制年度预算，项目启动时专款专用，保障资金的合理有效使用。同时公司注重研发人员的培养和引进，定期组织内部培训和外部进修，同时积极吸引行业优秀人才加入，公司已拥有一支高素质、富有创新精神的研发团队。

七、重视科技创新，增强发展动能

创新驱动，引领行业变革

中信出版坚持以科技创新为核心驱动力，在人工智能与大数据分析领域深耕，构建完善研发创新管理体系，主导多项行业领先项目，持续加大研发投入，打造高素质研发团队，取得显著发明专利成果，推动公司业务多领域布局与发展，通过技术创新提升生产效能，引领行业变革。

在社会影响上，提升了产品质量和服务水平，满足了社会对高品质产品的需求。在环境影响上，研发的新技术使生产过程更加环保，降低了能源消耗和污染物排放，为环境保护做出了积极贡献。在利益相关方影响上，为股东带来了丰厚的回报，增强了投资者信心；与供应商建立了更紧密的合作关系，共同推动技术创新；为客户提供了更优质的产品和服务，提升了客户满意度和忠诚度。



聚焦人工与大数据分析技术研发和应用

- » 在人工智能方面，致力于自然语言处理技术的优化，旨在提升智能客服系统的交互精准度与效率，为客户提供更优质、及时的服务体验。
- » 在图像识别技术上，加大研发投入，应用于智能安防监控系统，实现对异常行为的精准识别与预警。
- » 在大数据分析领域，着重于数据挖掘算法的创新，深度分析海量业务数据，挖掘潜在商业价值，为公司的市场决策、产品优化提供有力的数据支持。
- » 构建数字化管理平台，实现对生产、销售、供应链等环节的实时监控与智能决策。

主导多个行业领先水平的研发创新项目

- » 建设线上线下一体化运营体系，开展线上线下一体化系统。截至 2024 年末，可售卖的商品范围扩展至 20 万种，达到原来的 4 倍。
- » 通过贯通社群、小程序等移动端工具，将运营边界扩展至周边商圈覆盖客群。报告期内，用户触达能力提升 100%。
- » 通过丰富数字化运营工具，结合用户分群画像、达标，降低活动设计成本，提升营销投放准确率。
- » 扩展图书借阅、活动招募、场地预定、B 端合作等衍生服务能力，充分发挥店面的空间优势，全范围服务读者。
- » 构筑新用户体系，以新零售模式下的用户服务逻辑，实现书店对用户服务质量的全面提升。
- » 重视科技合作项目，致力于探索前沿技术领域，已与市面上多个主流的 AI 模型公司达成合作。

截至 2024 年末	可售卖的商品范围扩展至 20 万种	达到原来 4 倍
报告期内	用户触达能力提升 100%	

发明专利成果稳居行业前列

公司发明专利分布在出版流程、大数据、人工智能等多个领域，涵盖了公司核心产品的关键技术和创新工艺，有效提升了公司产品的竞争力和技术壁垒。例如，一种基于大模型的营销文稿智能生成方法及系统解决了夸父 AI 平台在不同场景下的智能营销算法，使得产品在有效输出能力方面处于行业领先地位，为公司的市场拓展和业务增长发挥了重要作用。

报告期内，新提交发明专利 9 项，发明专利授权量同比增加 50%。截至 2024 年末，公司发明专利提交合计 23 项，其中应用于主营业务的发明专利数量达到 15 项。

报告期内	新提交发明专利 9 项	发明专利授权量同比增加 50%
截至 2024 年末	公司发明专利提交合计 23 项	应用于主营业务的发明专利数量达到 15 项

构建线上线下一体化运营体系

- » 升级供应链数字化运营能力和出版平台，提升版权预付金和 IP 衍生品的管理能力等业务效能。
- » 持续构建围绕阅读和知识服务的业务数字化产品体系，扩展自有电商平台服务范围和能力，提升平台销售规模。
- » 持续积累核心技术，构筑公司技术知识产权池，加快升级夸父平台，将 AI 应用深入业务。

应用规范，严守科技伦理

中信出版严格遵守国际通行的科技伦理准则，以保障人类福祉、尊重人权、保护环境为基本原则。在数据使用方面，确保所有数据的收集、存储、处理和共享均遵循合法、正当、必要的原则，充分保障用户数据隐私，未经用户明确授权，绝不将数据用于其他商业目的。在技术研发过程中，避免技术的滥用，确保技术的发展服务于社会的进步与和谐，杜绝利用技术进行歧视性分析或侵犯他人权益的行为。在项目评审阶段，评估内容包括项目可能带来的社会影响、对用户权益的影响等。在项目执行过程中，定期进行伦理审查，一旦发现可能存在的伦理风险，立即暂停项目并进行整改，并鼓励员工对违反科技伦理的行为进行监督举报。

公司积极推进科技伦理培训与宣传，提升员工道德素养与技术应用规范性。培训覆盖全体员工，尤其聚焦于研发人员与产品经理等技术核心岗位，内容涵盖科技伦理基本原则、最新法律法规及案例分析。活动形式多样，包括研讨会、宣传栏以及积极参与中信集团组织的线上课程等。报告期内，共计开展培训 10 次余次，累计参与人数近千人，有效履行了企业社会责任。

持续升级，数智服务业务

数智发展战略，融合创新升级

2024 年 7 月，中信出版召开“万象亿新 蓬勃未来：2024 数智化战略发布会”，展示数字化成果和数智化战略规划，启动数智出版产业生态联盟。会上重点发布了万象亿新智慧出版体系、数字阅读平台中信书院、知新学习平台、AI 作者数字人四大产品模块。以发布会为起点，中信出版充分利用数智产品探索新媒体营销，选取书摘、金句等物料创作音视频内容向多平台投放，收获了良好的市场反馈。



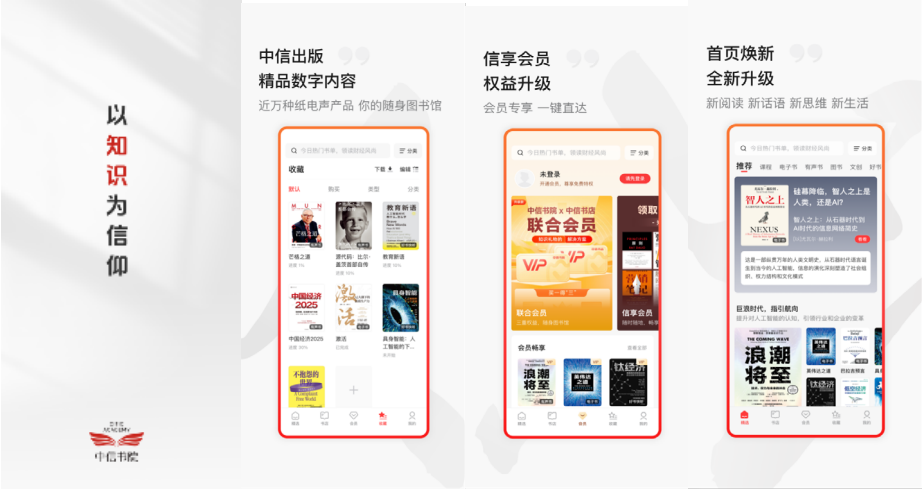
案例 01 中信出版数智服务业务运营

中信出版数智服务业务运营面向 C 端用户的中信书院 app 和面向 B 端客户的企业学习综合服务，以数智技术重构、升级“阅读服务、企业学习、财经智库”三大体系六条产品线，提供数字阅读类产品、课程、播客、视频节目、企业学习平台、知识礼物、数字内容分销、论坛、研学等数智化驱动的泛知识服务。

C 端——中信书院

产品类型分为 APP、H5、小程序 3 端，产品主要包含电子书、有声书、解读类音频、大咖直播、精品课程、播客电台、会员等类型，内容商品数量达 1 万+。

报告期内，中信书院 app 和新媒体矩阵图文、音视频和直播内容实现超 3 亿传播量，塑造全域知识影响力；维护政企客户近 350 家，高净值用户超 3.20 万人。截至 2024 年 12 月底，中信书院在架产品数 11,169 个，其中电子书 6,300 种、有声书 1,451 种、解读类（好书快听、大咖共读等）2,723 种、直播类 355 种、课程类 340 种；累计注册用户数 1,136 万个。



B 端——企业学习综合服务

中信出版是服务大型央国企的重要知识服务商。报告期内，公司面向企业客户提供线下主题沙龙、闭门会等多种形式，已为中信银行、中信证券、中信保诚、招商银行、华泰证券、平安金融管理学院等多家知名企业及金融机构提供面向政企客户的一站式知识服务。

报告期内，财经智库举办多场国际论坛、“企学堂”研学、企业家读书会活动，汇集国内外专家学者共建“知识共同体”，聚焦国家战略重点议题和产业升级需求，为中国主张和中国方案提供智力支持。其中“企学堂”系列探访课程持续升级，邀请行业知名专家，带领企业学员走进科技创新引领的标杆企业，帮助制造业等有数智转型升级需求的企业和上下游企业，对接发展资源，激发企业未来成长的更多思路和出路。



案例 02 流量运营新链路和爆品打造新模式——“超新星计划”

中信出版聚焦读者流量池拓展和用户精细化运营，完成内容、产品、渠道、流量、用户五个关键策略整合。推出“超新星计划”，在数据分析、内容力打造和 AI 赋能三方面深度探索，构建流量运营新链路和爆品打造新模式。

公司布局全网跨平台传播矩阵，迭代形成全新内容制造及分发体系，官方 IP 矩阵、短视频剪辑矩阵、外部达人联盟、“人人都是荐书官”携手发力，借助数智工具精准匹配产品池与平台热词，迅速打造在销量、话题、口碑、市占率等方面引起行业瞩目的超级新品。

《DK 时间线上的全球史》是“超新星计划”的璀璨成果之一。2024 年 7 月，该图书在短视频平台商品曝光量环比激增 824%，同时为其他电商平台带来显著流量外溢。截至 2024 年末，图书销量已超 30 万册，9 月荣登抖音图书分类榜榜首，成为高客单价图书中的爆款。



人工智能技术，助力产品服务

中信出版始终秉持创新发展理念，积极拥抱科技变革。自数智出版平台上线以来，公司出版发行全流程关键环节提效显著，并逐步应用于其他数字内容和学习产品，已搭建 AI 视频创作 workflow，构建出版知识库体系，为业务发展注入全新动力。



案例 01 推动数智出版平台“夸父 AI”系统迭代

公司面向 17 类出版场景，在“AI 一键生图”“AI 数字人和声音克隆”“AI 生成营销文案”等环节提效 50% 以上。通过与市面上多个主流的 AI 模型公司合作，公司研发的“夸父 AI 平台”项目，已经充分融入业务实践。报告期内，累计为 2,500 余种图书提供了翻译评估稿，整体节省超过 5,000 天的翻译评估周期。智能营销模块全年已生成营销文近 600 篇，工作时长缩短 50%，人工成本最大降低 65%。文生视频工具大幅降低了业务对于专业视频人员的需求度，单个视频制作市场缩短为原来的 30% 以内，直接费用最大可降低至原来的 20% 以内。



案例 02 晓多智能机器人业务优化

2024 年 8 月，公司客服部新增采购了晓多机器人店铺。晓多智能机器人是一款智能客服产品，可以针对与客户的会话场景高精度意图识别、进行多轮对话等功能，辅助客服解答客户问题，采购前使用数量为 13 个，新增后使用数量为 34 个。截至 2024 年末，已覆盖天猫、京东、拼多多、抖音平台，统一了客服话术及回复标准，也提升了客户问题的处理效率，缩短了响应时间，提高了客户满意度。



案例 03 客服服务质量检验业务优化

2024 年 7 月，公司客服部采购了语忆客服智能质检系统，由传统的人工质检方式调整为智能系统自动质检，既节省了人力又提升了质检效率。语忆客服智能质检系统是一种利用人工智能（AI）技术对客户服务过程中的对话进行自动化分析和评估的工具，能够自动检测客服对话中的关键指标，如客户满意度、服务准确度、语速、情绪倾向等，从而发现问题、改进服务、提升客户体验。



八、投身公益慈善，凝聚文化力量

在履行社会责任的道路上，中信出版始终以文化的力量温暖人心、以公益的行动回馈社会。公司积极投身社会公益活动，通过捐赠、志愿服务和文化推广等多种形式，为社会的和谐发展贡献力量。报告期内，公司通过建立长效帮扶机制，联合上海宋庆龄基金会、新浪财经发起“点亮未来”儿童阅读专项基金，向宋庆龄基金会捐赠 30 万元资金，用于书屋建设、读书会活动、儿童阅读大赛、原创图书评选等阅读服务项目。同步向韬奋基金会捐赠价值逾 10 万元的现金和图书资源，构建“政企社”三位一体的阅读推广新模式，为缩小城乡阅读鸿沟提供系统性解决方案。组织志愿者活动项目 10 个，参与志愿者活动 88 人次，志愿活动参与时长 524 小时。

报告期内	向宋庆龄基金会捐赠资金	向韬奋基金会捐赠现金和图书	
	30 万元	价值逾 10 万元	
	组织志愿者活动项目	参与志愿者活动	志愿活动参与时长
	10 个	88 人次	524 小时

案例 01 推动无障碍阅读，保障视障群体阅读权益

2024 年 4 月 23 日，中信出版党委书记、董事长陈炜参加第三届全民阅读大会·阅读权益保障论坛，代表“视障群体无障碍阅读版权服务联合体”发布倡议书，支持中国盲文出版社推进建立无障碍阅读的版权提供、内容制作、出版服务等长效可持续工作机制，呼吁更多出版同仁加入联合体，携手推进视障群体阅读权益保障，为视障群体无障碍阅读贡献智慧和力量。



案例 02 “书香暖神州”图书捐赠

2024 年 4 月 24 日，第三届全民阅读大会“书香暖神州”图书捐赠仪式在云南昆明举行。中信出版作为捐赠单位代表向受赠单位代表捐赠图书。这是中信出版连续第三年参加全民阅读大会“书香暖神州”图书捐赠活动，结合受赠对象特点及自身专业特色，中信出版精选了科普、历史、文化、教育等多种类别的青少年图书近 3,000 册，以期有效充实边远地区、欠发达地区小读者阅读空间的图书供给，以绵绵用力、久久为功的实际行动，为助力全民阅读、提升人民文化素质贡献中信力量。

案例 03 落地全国区县级图书馆首家“中信出版图书版本馆”

中信出版携手江苏省常州市经开区图书馆建设全国区县级图书馆的第一家“中信出版图书版本馆”，通过展示中信出版集团的优质资源提升图书馆内涵品质，共同开展名家讲座、阅读分享等一系列丰富多彩的文化活动，并打造全市首个书香地铁专列，将公共交通紧密链接，为市民朋友提供新颖的阅读环境。

中信出版联合北京中央商务区党群服务中心，举办“书香筑梦，在 CBD 阅读世界”世界读书日活动，为商务地区营造“爱读书、读好书、善读书”的文化氛围。



九、深化全民阅读，拓展文化空间

中信出版的城市文化空间运营业务致力于打造以内容为核心的文化场域，为顾客提供独特阅读场景、高品质知识分享和科技化服务体验。

“阅读 + 艺术 + 科技”的创新业态

中信书店定位城市文化空间运营服务商，聚焦商旅消费、城市文化消费、潮流消费三大消费场景，持续锻造内容策划、选品、供应链、用户运营的核心专业能力，为顾客提供情绪价值和文化体验，引领消费心智、激发消费需求。报告期内，创新孵化策展和动漫主题新模式，以策展为核心延展美食、研学、亲子市集、潮流零售等多种消费体验形式；集合热门 IP 周边产品、国内外精选 ACG 图书和轮转 IP 主题轻餐饮，构建动漫文创生态圈。



报告期内

中信书店举办阅读活动超

600 场

线下实体店坪效同比增长

7%

公司共有 11 家中信书店获评北京市“示范书店”称号
启皓旗舰店凭借“阅读 + 艺术 + 科技”的创新业态
获评“北京市级新时代文明实践基地”

线上电商 GMV 同比增长

30%

案例 01

围绕文化 IP 举办主题展览，推出卡夫卡逝世 100 周年纪念展、俄罗斯文学展、冯唐京派文学展、海派文学展，丰富文化内涵。同时关注女性成长，推出“致不被定义的你”女性主题展陈。



“到生活中去”
俄罗斯文学书展

“致不被定义的你”
女性主题展陈

“致敬海派文学——他们在上海写作”
主题展



卡夫卡逝世 100 周年
纪念展



冯唐京派文学展

案例 02

2024 年 8 月，中信书店上海江湾里店盛大开业，为在杨浦区抖音园区增添了文化活力。其全新动漫品牌“谷知谷知”惊艳亮相，融合热门 IP 周边产品、ACG 图书和 IP 主题餐厅，为动漫爱好者打造了一站式综合体验空间。



03 治理篇

优化治理结构，合规稳健经营

1. 党建引领，筑牢思想根基
2. 规范治理，高效协调运转
3. 合规经营，稳健发展步伐
4. 风险防控，强化管理机制
5. 党纪监督，落实廉政建设
6. 信息披露，传递企业信任

中信出版将党的领导全面融入公司治理结构，确保企业始终沿着正确的政治方向稳健前行。公司通过持续完善治理架构与运行机制，不断提升治理水平，强化风险防控能力，为企业的高质量发展筑牢根基。中信出版坚持依法治企，完善治理架构，提升企业治理水平；通过加强党建引领、优化管理流程和强化合规经营，打造风清气正的经营环境，为推动文化产业繁荣发展发挥示范作用。



一、党建引领，筑牢思想根基

■ 党建引领，高质量发展

中信出版坚持党建引领，夯实中华民族共同体意识的文化基础，夯实坚定拥护“两个确立”、坚定做到“两个维护”的思想根基，牢牢把握高质量发展这个首要任务，保持了持续健康发展的良好势头。

党委班子自身建设不断提升

中信出版党委班子深刻把握国有文化企业的政治属性，第一时间学习习近平总书记重要讲话，部署贯彻落实意见、健全党委督办机制，把贯彻落实好习近平总书记重要讲话精神作为坚定拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”的实际举措。认真学习党的创新理论，把理论学习作为掌握观察时代、把握时代、引领时代的思想武器。制定出台《中信出版党委关于加强党委班子自身建设的若干意见》，更好发挥党委班子把方向、管大局、促落实的领导作用，通过一系列务实举措，逐步把党委班子建设成为理想信念更加坚定、运行机制更加完善、治企能力更加突出、工作作风更加务实、制度建设更加规范的领导集体。

一体化整改成效不断凸显

中信出版始终坚守政治担当，以高度的政治自觉，持续加强理论学习，引领公司上下深刻认识巡视整改工作的重要性，不断增强政治责任感和紧迫感。坚持一体化整改统筹融合，结合公司“十四五”发展规划落实，把中央巡视整改、集团巡视整改、国家审计整改和集团审计整改一体推进，不断提升公司经营管理能力和规范化水平。

基层党组织战斗堡垒不断夯实

中信出版不断加强基层党组织的建设，强化基层党组织政治引领、压紧压实“两个责任”，坚持与出版业务同向发力、同频共振。紧密结合公司改革部署，推动支部设置与业务架构同步优化调整，努力在“一明显、两到位、三规范”方面得到提升；将党纪学习教育抓在经常、融入日常，进一步筑牢党员干部思想防线，组织全体党员参观廉政教育基地，召开警示教育大会、原原本本学习《中国共产党纪律处分条例》。全力保障纪委履行政治监督责任，紧盯“八项规定”纠治“四风”。

■ 党委部署，高标准学习

履行党委职责

中信出版按照规定设立党委、纪委。公司党委根据《中国共产党章程》及《中国共产党党组工作条例》《中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）》等党内法规履行职责。

公司党委职责

- » 加强公司党的政治建设，坚持和落实中国特色社会主义根本制度、基本制度、重要制度，教育引导全体党员始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。
- » 深入学习和贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，学习宣传党的理论，贯彻执行党的路线方针政策，监督、保证党中央重大决策部署和上级党组织决议在公司贯彻落实。
- » 研究讨论公司重大经营管理事项，支持股东会、董事会、监事会和经理层依法行使职权。
- » 加强对公司选人用人的领导和把关，抓好公司领导班子建设和干部队伍、人才队伍建设。
- » 履行公司党风廉政建设主体责任，领导、支持内设纪检组织履行监督执纪问责职责，严明政治纪律和政治规矩，推动全面从严治党向基层延伸。
- » 加强基层党组织建设和党员队伍建设，团结带领职工群众积极投身公司改革发展。
- » 领导公司思想政治工作、精神文明建设、统一战线工作，领导公司工会、共青团、妇女组织等群团组织。
- » 党委职责范围内其他有关的重要事项。

开展主题教育

中信出版党委紧扣主题教育根本任务，围绕“学思想、强党性、重实践、建新功”总要求，精心组织、周密部署，确保主题教育高标准起步、高质量开展。公司基层党组织聚焦“学思想强党性、忠诚为党护党、全力兴党强党”等专题进行学习研讨，进一步夯实坚定拥护“两个确立”、坚定做到“两个维护”的思想根基。

巩固主题教育成果，推进党纪学习教育走深走实

公司坚持不懈学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，认认真真读原著学原文悟原理，起草、制定《关于巩固拓展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育成果的意见》18 条具体措施。始终以理论上的清醒强化政治上的坚定，坚持用新时代党的创新理论指导实践。深入学习领会《中国共产党纪律处分条例》，加强两级党组织的纪律建设，推进全面从严治党向纵深发展。

高站位统筹规划，高效推动学习教育开展：

精准领会精神，谋划组织实施。公司起草开展党纪学习教育的实施方案并成立学习教育工作专班，统筹宣贯督导。组织召开党支部书记、委员培训会，务求党支部原原本本学、逐章逐条学，准确把握六大纪律的主旨要义和规定。

多维度创新载体，高质量完成学习教育任务：

理论研学严把关，支部督学有速度，现场教学有警醒。公司强化支部学习“主战场”，坚持“支部同步跟进，党员全覆盖”，确保全员覆盖、不落一人，组织党员赴中央和国家机关廉政教育基地，开展警示教育主题党日。

多角度系统整合，促进与重点工作协同共进：

公司坚持把党纪学习教育与配合中央巡视、集团审计工作结合起来，做到两手抓、两不误、两促进。

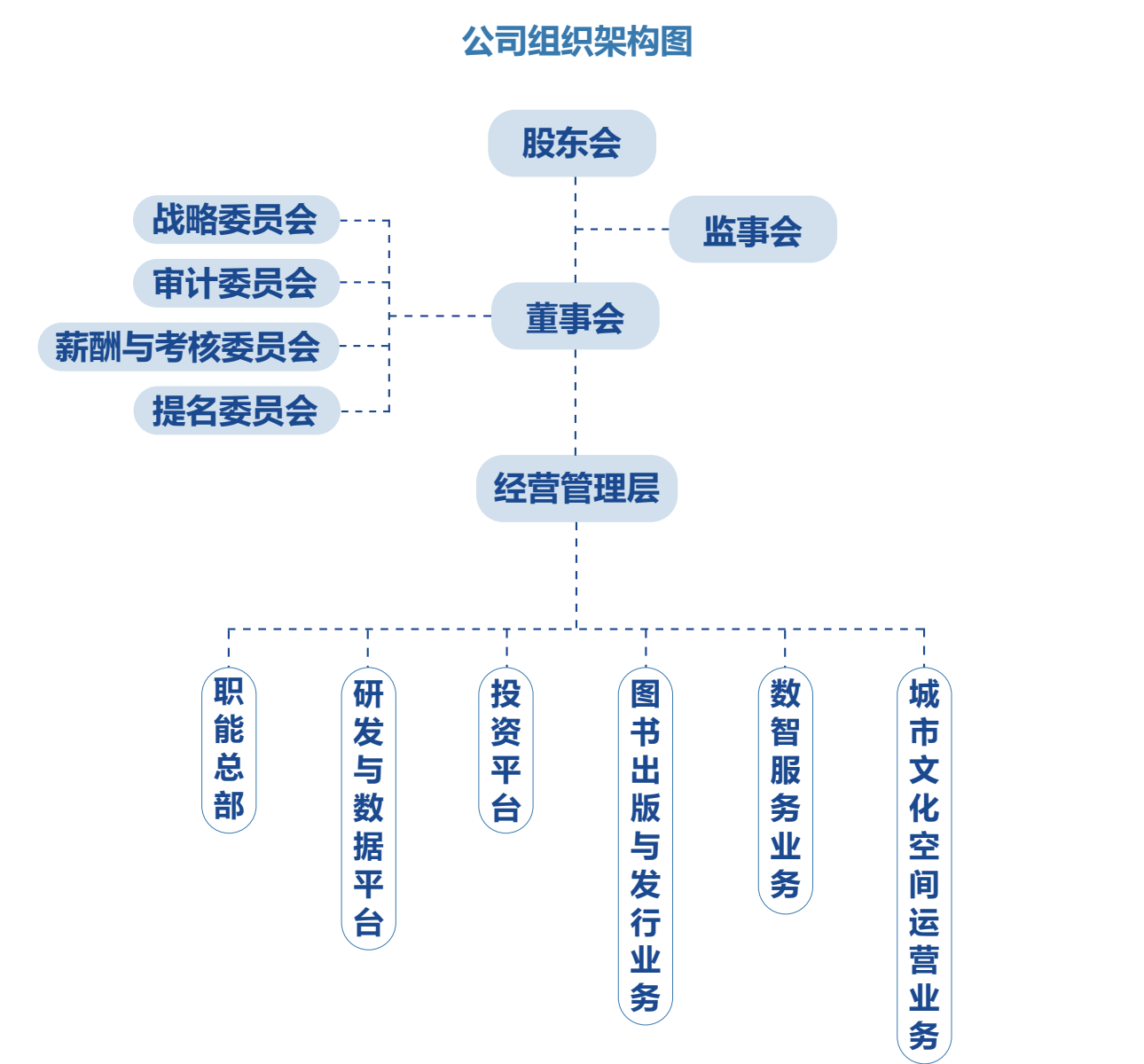
加强工会宣传工作，做好党中央精神宣传引

公司工会带头深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，积极组织、深入学习习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述，准确把握其精神实质和核心要义，以“第一议题”形式集体学习贯彻党的二十大及二十届三中全会精神，部署具体贯彻落实举措。在学习中将党的理论与工会工作实际紧密结合，在思想上、政治上、行动上同党中央保持高度一致，引领广大职工坚定不移听党话、跟党走。

二、规范治理，高效协调运转

公司治理架构

中信出版严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等法律法规的有关规定，结合自身实际情况，不断完善公司的法人治理结构。报告期内，公司修订完善了《公司章程》《独立董事工作制度》《董事会议事规则》《股东会议事规则》等 20 项公司治理制度，为构建系统化、规范化的公司治理体系提供了坚实的制度保障。





组织构成及职能

股东会

报告期内，公司共计召开股东会 **3 次**。

董事会

公司董事会由 **9 名** 董事组成，其中独立董事 **3 名**。

报告期内

公司董事会根据实际经营情况依法召开会议 **10 次**，研究讨论《关于 2023 年度董事会工作报告的议案》《关于选举公司董事长及变更法定代表人的议案》《关于公司 2024 年第一季度报告的议案》《关于修订〈公司章程〉的议案》《关于公司 2024 年半年度报告及其摘要的议案》《关于聘任高级管理人员的议案》《关于变更会计师事务所的议案》《关于补选公司第五届董事会非独立董事的议案》等议题。

董事会多元化构成

中信出版致力于构建多元化董事会，以促进公司治理结构的优化完善。董事会成员涵盖不同性别、年龄层，拥有多元化专业学科背景，部分成员具有大型出版集团或知名企业工作经验。董事会多元化为公司战略决策、风险管理和创新发展提供了全方位支持和保障，有助于提升公司治理水平。

董事专门委员会履职情况

董事会设立战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会。董事会各专门委员会严格按照《公司章程》《董事会议事规则》及各委员会工作细则召开会议履行职责。报告期内，提名委员会召开 **2 次会议**，对公司董事、高级管理人员候选人的任职资格进行认真审查并提出建议；审计委员会召开 **8 次会议**，审议内部审计部门提交的内审工作总结和内部控制评价报告，监督公司内部控制情况，审议公司定期报告、提议启动选聘会计师事务所、选举评标委员会委员以及及与外审机构沟通审计工作计划和进展等；战略委员会召开 **1 次会议**，选举董事长为战略委员会主任委员。

独立董事履职情况

公司建立独立董事制度，董事会成员中有三分之一以上独立董事。报告期内，公司独立董事严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》《公司独立董事工作制度》等有关规定，恪尽职守、勤勉尽责，按时出席董事会和股东会，认真审议各项议案，利用自身的专业知识进行独立判断并发表意见，促进公司董事会决策的科学合理化，切实维护了公司和全体股东的合法权益，充分发挥了独立董事作用。

监事会

公司监事由股东代表和公司职工代表担任，其中公司职工代表占比不少于三分之一。报告期内，公司监事依法出席、列席了公司股东会和董事会，对股东会和董事会的召开程序、决策过程，特别是关联交易中关联董事是否回避表决、会议决议内容是否符合相关法律法规以及《公司章程》的规定等事项进行有效监督。

报告期内，公司监事会共召开了 **6 次会议**。

高级管理层

公司高级管理人员包括公司党委副书记、纪委书记、总经理、总编辑、副总经理、财务负责人及经董事会决议确认的其他人员。报告期内，公司高级管理人员依据法律法规、公司章程以及股东会、董事会的授权行使职权，组织开展经营管理活动。

董事及高管薪酬管理制度

在公司任职的董事、监事、高级管理人员的薪酬结构包括基本年薪和绩效年薪，实际薪酬根据中信集团对子公司领导人员的年度考核结果确定。根据《中华人民共和国公司法》《中信出版集团股份有限公司章程》《上市公司独立董事管理办法》及其他有关规定，中信出版制定了《中信出版集团股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》以建立健全中信出版集团股份有限公司董事及高级管理人员的考核和激励机制，完善公司治理结构。

在公司担任职务或承担管理职能的董事薪酬，按公司相关薪酬管理制度支付；不在公司担任职务或承担管理职能的董事，不支付薪酬；独立董事津贴为每年 12 万元（税前）；公司高级管理人员根据年度考核结果确认薪酬。



三、合规经营，稳健发展步伐

合规经营制度

中信出版制定了全面的合规经营制度，报告期内公司持续提升合规管理水平，优化完善合规管理工具。

公司治理方面，公司制定了《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》《募集资金使用管理办法》《累积投票制度实施细则》《监事会议事规则》《关联交易管理办法》等，实现了治理结构的规范化和透明化，确保了公司决策的科学性。

财务合规方面，公司制定了《营销费管理办法》《业务招待费管理办法》《图书发行业务客户信用管理办法》等，实现了对财务支出的严格管控和合理规划，确保了公司资金的合理使用和财务状况的稳定。

法律法规遵循方面，公司制定了《法律工作管理规定》《法律纠纷管理办法》《内部审计制度》等，实现了公司运营的合法合规，有效防范了法律风险。

合规体系建设

中信出版通过完善合规体系建设，强化合规风险识别与评估，开展针对性培训，建立监控机制，畅通举报渠道，全方位保障企业稳健发展。

合规风险识别与评估

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，依据风险发生的可能性和影响程度，对识别出的风险进行评级，将可能导致重大法律诉讼、巨额罚款的风险列为高风险等级。

合规培训与教育

公司根据不同部门、岗位的需求，制定针对性的合规培训计划，培训内容涵盖法律法规、内部规章制度、职业道德等方面，包括《反垄断法》《劳动合同法》《著作权法》以及企业内部制度等。

合规监控与审计

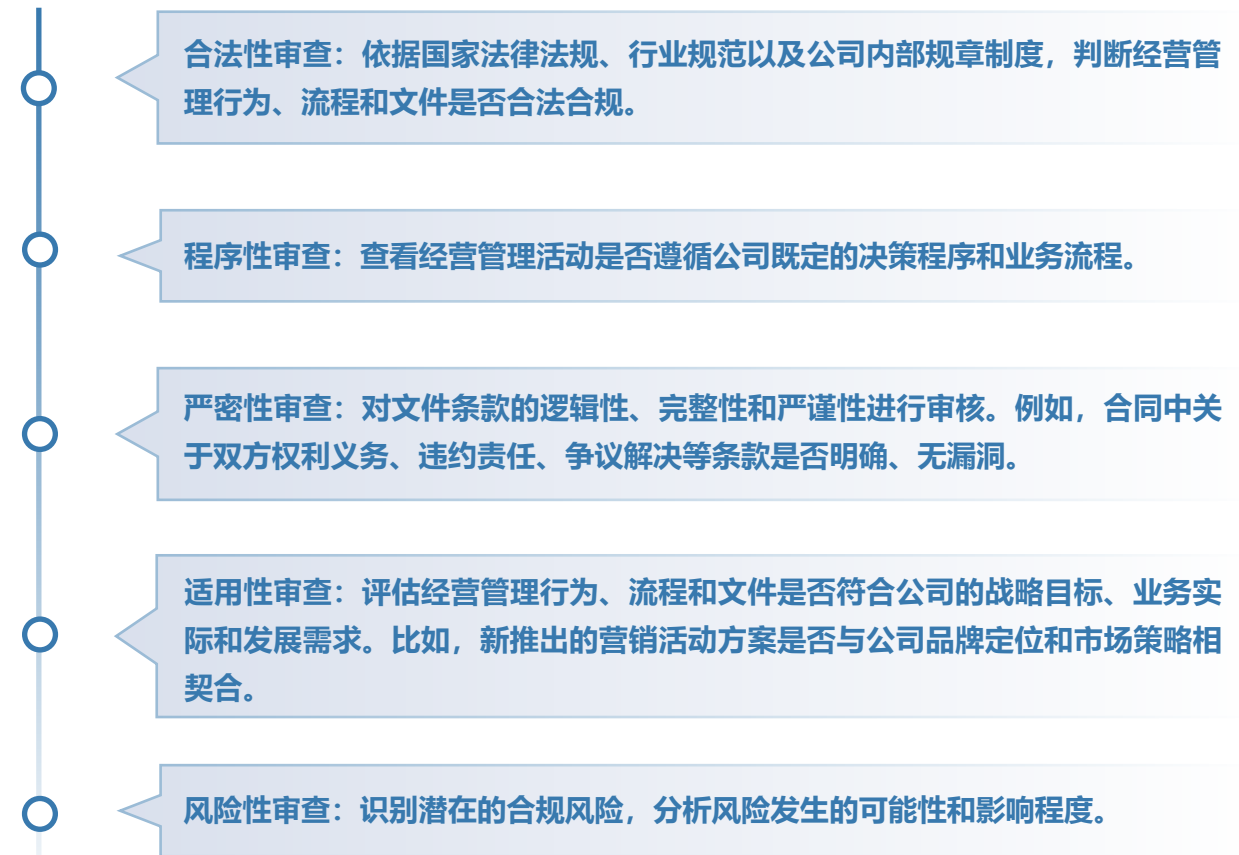
公司建立合规监控机制，实时跟踪业务活动，及时发现违规行为。此外，公司定期开展合规审计，检查合规管理制度的执行情况，评估合规风险。

违规举报与调查

公司设立举报渠道，包括举报邮箱、举报电话，鼓励员工和外部人员举报违规行为，并对举报人进行保护，确保举报信息的保密性。针对举报的违规行为，公司及时展开调查，根据调查结果进行严肃处理，同时采取整改措施。

实质性审查

公司各部门在开展重大经营管理活动、制定重要流程或起草关键文件时，需经公司 OA 审批，释明项目背景、重要商务条件等关键信息。



内部审计监督

根据《中华人民共和国审计法》《审计署关于内部审计工作的规定》《中国内部审计准则》等国家有关法律法规、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》和公司章程等规定，结合公司实际情况，中信出版制定《中信出版集团股份有限公司内部审计制度》以完善公司治理体系，规范公司经济行为，维护股东合法权益，提高内部审计工作质量，加大审计监督力度，明确内部审计工作职责及规范审计工作程序，确保公司各项内部控制制度得以有效实施。

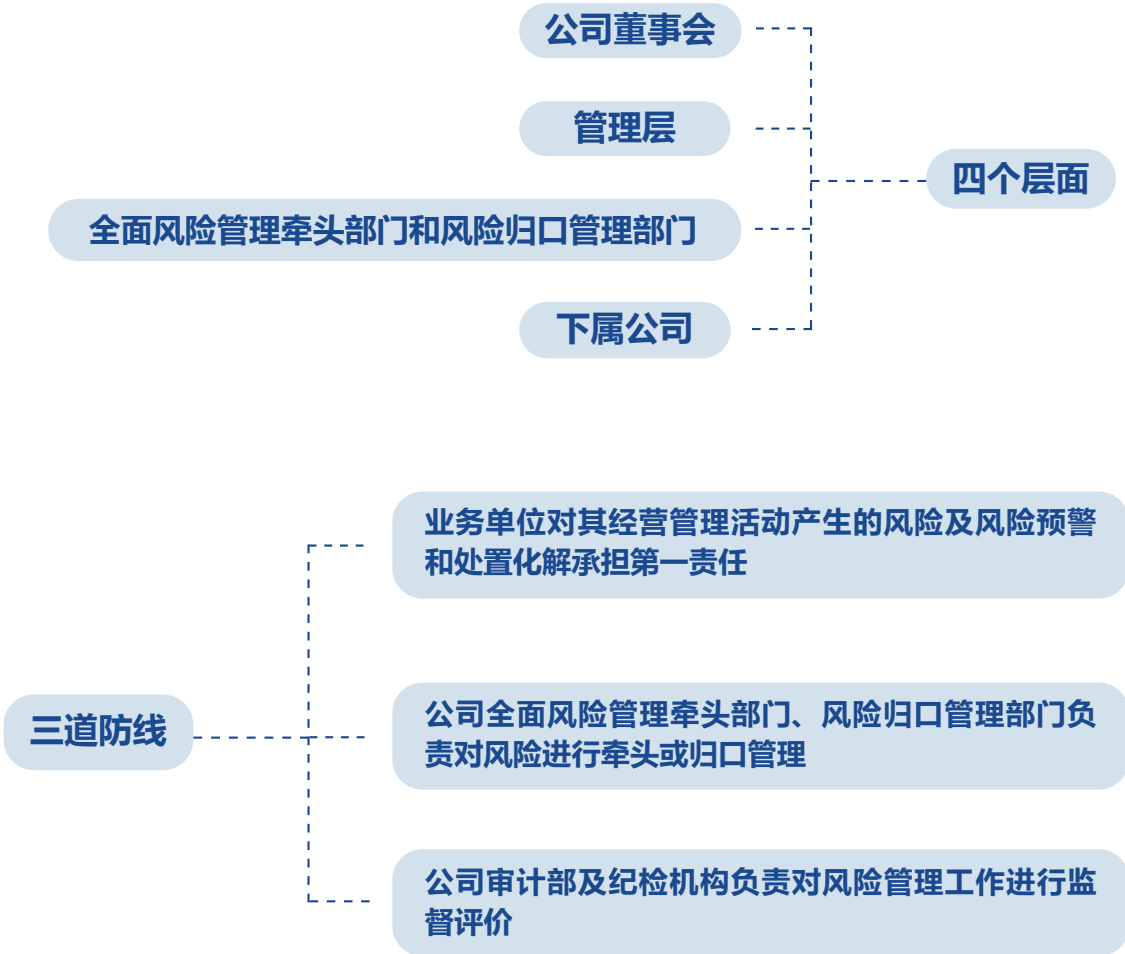
内部审计部主要职责

- 针对本公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司的内部控制制度的完整性、合理性及其实施的有效性进行检查和评估。
- 针对本公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司的会计资料及其他有关经济资料，以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计。
- 协助建立健全反舞弊机制，确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容，并在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为。
- 至少每季度向董事会审计委员会报告一次，内容包括内部审计计划的执行情况以及内部审计工作中发现的问题等。
- 至少每半年检查一次公司募集资金使用、提供担保、关联交易、对外投资等重大事件的实施情况，公司大额资金往来以及与董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人及其关联人资金往来情况，出具检查报告并提交审计委员会。

四、风险防控，强化管理机制

风险管理组织架构

中信出版通过《中信出版全面风险管理办法》对风险归口管理部门的职责进行划分，并由其在分工范围内开展风险识别与预警工作，风险管理组织架构以公司治理结构和内部控制管理架构为基础，包括“四个层面”和“三道防线”。



风险管理体系与策略

公司已建立较为完备的内控与风控体系，在主要风险领域如图书出版、声誉保护、税务风险等方面均实现了有效控制。报告期内，公司未涉及重大诉讼、仲裁等风险事件，也无重大行政处罚事项。

图书出版风险管理

图书出版从选题立项到三审三校再到书号申领等，均在公司系统内完成，由公司出版管理部监测所有出版流程，并督促完成相关出版计划。其中党委宣传部负责意识形态风险的追踪，报告期内尤其加强了对新媒体和网络出版领域意识形态风险的追踪，建立了《互联网传播平台规范管理规定》和《中信出版网络出版物及新媒体内容三审管理办法》制度，规范新媒体账号管理和相关内容运作。

声誉风险管理

公司声誉风险相关管理制度为《中信出版声誉风险管理办法》，每季度组织相关部门进行声誉风险排查，填写台账，对潜在风险采取有效防范措施。在公司总编辑例会继续宣贯《出版物刊载数字内容及链接管理办法》。公司舆情相关的机制为《中信出版负面舆情事件处理机制》，公司与外部舆情监测公司签订服务合同，借助其监测大数据支持，做好舆情管控。

税务风险管理

中信出版制定并严格执行《中信出版集团股份有限公司税务管理办法》，防范税务风险，确保合法运营、依法纳税。

税务工作分级管理

报告期内，中信出版对税务管理工作实施分级管理原则，中信出版对子公司税务管理工作进行指导与监督，子公司负责本级及下属分、子公司的税务管理工作。

识别与管理税务风险

报告期内，中信出版及子公司应对税务风险实行动态管理，及时识别和评估原有风险的变化情况以及新产生的税务风险。根据税务风险评估情况，考虑风险管理的成本和效益，制订税务风险应对策略，降低税务风险。公司税务人员参与公司的经营活动，提前介入纳税管理环节，实现税务管理环节的前移，防范税务风险，将发现型管理转变为预防型管理。

日常税务管理

报告期内，中信出版及子公司积极完善设置账簿、管理发票、办理纳税申报、上缴税款等税务管理基础工作。

风险识别与应对

公司风险管理委员会办公室定期牵头各部门开展风险排查工作，并随时与各部门交流风险信息，在识别出重要风险信号后，组织专题研究并撰写报告，向管理层汇报。

风险管理委员会办公室每半年撰写一次全面风险管理报告，汇报公司整体风险管理情况，揭示当期发生的重大风险，并对公司前五大风险和应对措施进行阐释。

五、党纪监督，落实廉政建设

廉洁建设制度规范

公司严格遵守《中信出版党委关于贯彻落实中央八项规定实施细则精神的意见》。依据有关党内法规、国家法律法规和《驻中信集团纪检监察组信访举报工作规定（试行）》，结合工作实际，公司制定并执行《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）》，以规范中信出版纪律检查委员会信访举报工作。

中信出版坚持把作风建设和党风廉政建设作为全面从严治党的重要抓手，驰而不息纠“四风”。认真贯彻中央八项规定及其实施细则精神，进一步改进文风会风，整合精简各类督查考核，切实减轻基层负担，激励干部担当作为。

中信出版大力支持纪委工作，一体推进“三不腐”，巩固发展风清气正的良好政治生态。落实“三转”“三专”要求，推进党风廉政落到实处；指导公司纪检队伍深化政治监督，纪委列席公司各项重大会议；聚焦重点领域、关键环节，强化日常监督；注重警示警醒，认真学习传达违纪违法案例报告。

中信出版加强党风廉政建设。严格落实党风廉政建设责任制，层层压紧压实政治责任，组织公司中层以上领导签订《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、层层抓落实的工作格局。开展违规吃喝歪风专项整治，制定《关于深入开展狠刹违规吃喝歪风专项整治的若干措施》，从严查处有关问题。紧盯“四风”顽疾，持续深化作风建设，在节假日及时发布廉洁提醒。

廉洁建设措施成效

中信出版党委把党纪学习教育作为党建工作的一项重要政治任务，不断推动纪律教育融入日常、抓在经常。领导班子成员以身作则，带头谋划安排和推动党纪学习教育落地落实。党委书记围绕党的纪律建设作专题党课，纪委书记围绕“六大纪律”作领学辅导，在深学细悟中把握遵循。

报告期内

报告期内，

开展党纪学习教育读书班 **8 次**

党委理论学习中心组学习 **10 次**

公司共 **956** 位员工，**2** 位董事参加反贪污培训，覆盖率达到 **100%**

针对公司或公司员工提出的且已审结的贪污诉讼案件数量为 **0**

案例 党纪学习教育

为深入学习贯彻《中国共产党纪律处分条例》，中信出版制定《中信出版集团党委关于开展党纪学习教育的实施方案》并成立中信出版集团党纪学习教育工作专班，安排 2024 年 4 月至 7 月开展党纪学习教育。

时间	负责部门	具体安排
4 月下旬	党委办公室	在公司党委会传达学习中央精神
4 月下旬	党委办公室、党委组织部	审议实施方案，全面启动部署
4 月 -7 月	党委办公室、党委组织部、 党委宣传部、党风廉政办、 纪委办公室	加强与中信集团请示沟通
4 月 -7 月	党委办公室、党委宣传部、 党风廉政办、纪委办公室	组织开展自学
4 月下旬	党委宣传部	开展理论学习中心组专题学习
4 月 -7 月	党委组织部、党委宣传部	举办党纪学习教育读书班
5 月	纪委办公室	围绕六大纪律开展交流研讨
4 月 -7 月	党委组织部	认真落实“三会一课”、主题党日
6 月下旬	党委宣传部	讲好专题党课
4 月 -7 月	党风廉政办	深化警示教育
4 月 -7 月	党委组织部	加强干部纪律培训
4 月 -7 月	党委组织部	开好民主生活会、组织生活会

六、信息披露，传递企业信任

公司披露制度

中信出版制定《中信出版集团股份有限公司信息披露事务管理制度》以规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者的合法权益。

信息披露范围

定期报告：

包括年度报告、中期报告和季度报告，涵盖公司财务状况、经营成果、重大事项等内容，按照规定的时间节点进行披露。

临时报告：

发生可能对公司证券及其衍生品种交易价格产生较大影响的重大事件，投资者尚未得知时，公司应当立即披露，说明事件的起因、目前的状态和可能产生的影响。

行业信息和经营风险：

在年度报告和半年度报告中披露对公司股票交易价格或投资决策有重大影响的行业信息，以及可能对公司核心竞争力、经营活动和未来发展产生重大不利影响的风险因素。

信息披露流程

定期报告流程

由董事会秘书召集会议确定披露时间，各相关部门起草文件，经分管领导审核后报董事会办公室，董事会办公室编制定期报告草案，经董事会秘书审查、总经理和财务总监讨论、董事会审计委员会审议、董事会审议、监事会审核等环节，最终由董事长签发并由董事会秘书组织披露。

临时报告流程

根据报告内容的不同，分别由董事会办公室根据决议内容编制报告，或由公司职能部门在事件发生后向董事会办公室提交相关文件，经董事会秘书审查、董事长签发后组织披露。

信息披露的责任主体

董事会：

负责实施信息披露管理制度，董事长为第一责任人，董事会秘书为具体负责人，董事会办公室为责任部门。

董事、监事、高级管理人员：

应当勤勉尽责，关注信息披露文件的编制情况，保证定期报告、临时报告在规定期限内披露，配合公司及其他信息披露义务人履行信息披露义务。

信息披露的保密措施

公司董事、监事、高级管理人员及其他因工作关系接触到应披露信息的人员，负有严格保密的责任和义务。公司董事会应采取必要的措施，在信息公开披露之前，将信息知情者控制在最小范围内。公司董事、监事、高级管理人员或其他人员不得以任何形式代表公司或董事会向股东和媒体发布、披露公司未曾公开过的信息。公司各部门在与各中介机构的业务合作中，只限于本系统的信息交流，不得泄露或非法获取与工作无关的其他内幕信息。在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。



信息披露质量

中信出版集团致力于提升信息披露质量，确保投资者及其他利益相关方能够获取准确、可靠、及时的信息，从而做出合理的投资决策。

披露信息
满足性质

真实性：以客观事实或者具有事实基础的判断和意见为依据，如实反映客观情况，没有虚假记载和不实陈述。

准确性：使用明确、贴切的语言和简明扼要、通俗易懂的文字，不含有任何宣传、广告、恭维或者夸大等性质的词句。公司披露预测性信息及其他涉及公司未来经营和财务状况等信息时，满足合理、谨慎、客观的要求。

完整性：内容完整、文件齐备，格式符合规定要求，不得有重大遗漏。

及时性：在制度规定的期限内披露所有对公司股票及其衍生品种交易价格可能产生较大影响的信息。

公平性：同时向所有投资者公开披露重大信息，确保所有投资者可以平等地获取同一信息，不存在私下提前向特定对象单独披露、透露或者泄露。

审核监督：公司监事对公司董事、高级管理人员履行信息披露职责的行为进行监督，持续关注公司信息披露情况。



未来展望

中信出版将坚守初心，勇担使命，以更加坚定的步伐迈向可持续发展的新征程。

我们将矢志不渝地践行绿色发展理念，将环保要求深度融入产业链的每个环节，从纸张采购到印装生产，全方位打造环境友好型出版模式。通过优化能源管理与创新材料应用，努力降低资源消耗和环境影响，让中信出版成为绿色发展的行业标杆。

我们将不遗余力地投身公益事业，以知识为桥梁，助力教育公平和文化普及，为乡村振兴贡献文化力量。中信出版将探索更加创新和多元的方式，推动公益事业的深化与拓展，让阅读的光芒照亮每一个角落。同时将持续加强与海外出版机构的合作，推动中华文化的国际传播，让世界通过中信出版了解中国文化的魅力。

我们将持续完善治理体系，强化内部管理，确保公司稳健运营。中信出版将以合规经营为底线，以风险防控为保障，以创新为动力，不断提升公司的核心竞争力和市场影响力。直面语言模型技术发展水平和快速迭代、版权保护、数据安全、内容审查、投入产出效率等挑战，密切关注监管动态和全球出版公司数智化趋势，积极与模型技术公司、图书版权方和作者构建生态联盟。

站在新的起点，中信出版将秉持对环境的尊重、对社会的责任和对读者的承诺，以更加坚定的信念、更加创新的思维、更加务实的行动，书写可持续发展的新华章，为文化的繁荣和社会的进步贡献更大的力量。

指标索引

全球报告倡议组织 GRI 标准索引
《可持续发展报告指南（GRI Standards）2021 版本》

使用说明	中信出版在 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（部分内容超出上述时间范围）参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 索引中引用的信息。
使用的 GRI 1	GRI 1：基础 2021

GRI 指标		相关解释	披露位置
一般披露			
GRI 2： 一般披露 2021	2-1	组织详细情况	P5-P6
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	P3
	2-3	报告期、报告频率和联系人	P3, P112
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	P5, P51-P56
	2-7	员工	P58
	2-9	管治架构和组成	P88
	2-10	最高管治机构的提名和遴选	P89-P90
	2-11	最高管治机构的主席	P7-P8
	2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	P85-P101
	2-19	绩效薪酬	P91
	2-20	确定薪酬的程序	P59,P91
	2-23	政策承诺	P3
	2-26	寻求建议和提出关切的机制	P17-P18
	2-27	遵守的法律法规	P3

GRI 指标		相关解释	披露位置
一般披露			
	2-29	利益相关方参与的方法	P17-P18
实质性议题			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	P17-P18
	3-2	实质性议题清单	P17-P18
经济绩效			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 201： 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	P49
	201-3	义务性固定福利计划和其他退休计划	P59
间接经济影响			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
	203-2	重大间接经济影响	P37-P44
反腐败			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	P99-P101
物料			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 301： 物料 2016	301-1	所用物料的重量或体积	P33-P34
	301-2	所使用的回收再利用的物料	P33-P34
	301-3	回收产品及其包装材料	P33

GRI 指标		相关解释	披露位置
能源			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 302： 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	P34
	302-4	减少能源消耗量	P34
	302-5	降低产品和服务的能源需求	P34
水资源和污水			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
	303-5	耗水	P32
废弃物			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 306： 废弃物 2020	306-2	废弃物相关重大影响的管理	P34
	306-3	产生的废弃物	P34
供应商环境评估			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 308： 供应商环境评估 2016	308-1	使用环境标准筛选的新供应商	P29-P30
雇佣			
GRI 3： 实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
	401-2	提供给全职员工 （不包括临时或兼职员工）的福利	P61,P67-P70
	401-3	育儿假	P61

GRI 指标		相关解释	披露位置
职业健康与安全			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 403：职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	P65
	403-2	危害识别、风险评估和事件调查	P65
	403-3	职业健康服务	P65-P68
	403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	P65-P68
	403-5	工作者职业健康安全培训	P65
	403-6	促进工作者健康	P65-P68
	403-7	预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	P65
	403-8	职业健康安全管理体系适用的工作者	P58
培训和教育			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
	404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	P61-P65
多元化与平等机会			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 405：多元化与平等机会	405-1	管治机构与员工的多元化	P58
当地社区			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
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	P81-P83

GRI 指标		相关解释	披露位置
供应商社会评估			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
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	P29-P30,P70
客户健康与安全			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 416：客户健康与安全 2016	416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	P45-P49
营销与标识			
GRI 3：实质性议题 2021	3-3	实质性议题的管理	P17-P18
GRI 417：营销与标识 2016	417-1	对产品和服务信息与标识的要求	P45-P49

尊敬的读者：

非常感谢您在百忙之中阅读本报告。我们诚挚邀请您对本报告进行评价，并提供宝贵意见与建议，以便我们持续改进环境、社会及治理（ESG）工作，提高我们的可持续发展能力与管理水平，优化 ESG 报告编制质量。

1. 您认为本报告是否提供了您所需要了解的信息？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐
2. 您认为本报告是否全面反映了中信出版在 ESG 方面的表现？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐
3. 您认为本报告是否能全面地回应了中信出版利益相关方的期望和诉求？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐
4. 您认为本报告的定量信息披露是否客观、真实、有效？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐
5. 您认为本报告的表述是否条理清晰、通俗易懂？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐
6. 您认为本报告的版式是否有助于您对相关信息的理解？	是 ☐	一般 ☐	否 ☐

如您有更详细的评价和反馈，欢迎您记录下来告诉我们：



您可以通过以下方式联系我们：
地址：北京市朝阳区东三环北路 27 号嘉铭中心 A 座
邮编：100020
电话：4006008099