

**winshare** 文轩

**新华文轩出版传媒股份有限公司**  
Xinhua Winshare Publishing and Media Co.,Ltd.

# 2025年度环境、社会及管治报告

2025 ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT





## 报告说明



### 报告主体

新华文轩出版传媒股份有限公司（以下简称“新华文轩”“公司”或“本公司”）及其子、分公司，与年度报告一致。



### 时间范围

2025年1月1日至12月31日（简称“本年度”或“报告期”）。



### 编制依据

本报告遵循上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》、中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号——年度报告的内容与格式》以及香港联合交易所有限公司（以下简称“香港联合交易所”）《上市规则》附录C2《环境、社会及管治报告守则》（以下简称“《环境、社会及管治报告守则》”）等要求。



### 汇报原则

本报告遵循《环境、社会及管治报告守则》的汇报原则。

- **重要性原则：**报告期内，本公司积极开展环境、社会及管治（以下简称“ESG”）议题重要性评估，以此为基础于本报告中进行有针对性的披露。董事会已知悉重要性评估结果，并对本报告进行审批。
- **量化原则：**本公司使用规范化ESG绩效指标管理机制，定期对ESG范畴的关键绩效指标进行统计核算，于年末汇总并披露。在可行情况下，本报告中量化关键绩效指标的统计标准及计算方法均在报告说明中进行说明。
- **一致性原则：**本报告披露数据所使用的统计方法确保保持一致。为实现本报告与往年报告可比，本报告披露范围无重大调整，编制方式与往年保持一致。



### 报告发布方式

本报告在公司官网（[www.winshare.com.cn](http://www.winshare.com.cn)）、上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）、香港联合交易所网站（[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)）公开披露，报告提供中文与英文两个版本。



### 联系方式

电话：(028) 86361022

邮箱：[xh-dsb@winshare.com.cn](mailto:xh-dsb@winshare.com.cn)。

# 目录

01 关于本公司  
01 企业介绍  
01 奖项及荣誉  
04 关键绩效概览

# CONTENTS

73 附录

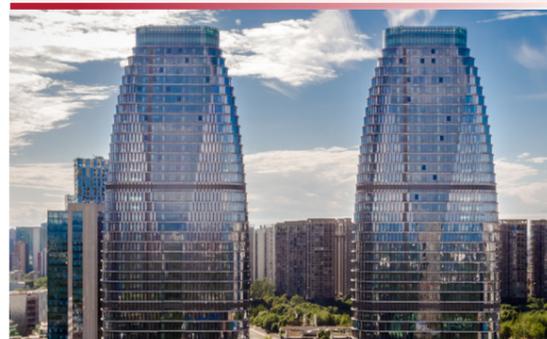
上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引》内容索引

香港联合交易所《环境、社会及管治报告守则》内容索引

## 01

### 聚势·ESG 治理新篇

07 健全治理架构  
08 深化沟通机制  
09 识别核心议题



## 02

### 循绿·生态友好运营

13 应对气候变化  
20 管控环境排放  
24 高效利用资源



## 03

### 赋能·成就员工价值

29 保障员工权益  
32 守护健康安全  
34 赋能职业成长  
37 传递组织关怀



## 04

### 匠心·品质与创新同行

41 追求卓越产品  
46 引领数字创新  
49 构建韧性供应链  
52 精益物流网络



## 05

### 行稳·治理与风控基石

55 坚持廉洁从业  
57 管理运营风险  
58 保护知识产权  
59 捍卫数据隐私



## 06

### 致远·社会价值共创

63 传承中华文化  
68 支持教育事业  
70 投身公益实践



# 关于本公司

## 企业介绍

本公司是中国文化体制改革进程中具有代表性的企业之一，由四川新华出版发行集团有限公司（以下简称“四川新华出版发行集团”）主发起设立，于 2007 年在香港联合交易所主板上市，并于 2016 年成功回归 A 股市场，成为国内首家“A+H”股上市的出版传媒企业。

本公司以“创新 + 分享”为核心价值，以“传承优秀文化，引领产业发展”为使命，以成为“中国最具创新成长性的出版传媒企业”和“具有国际影响力的综合性文化服务企业”为愿景，秉持“科技 + 资本”双轮驱动的战略，推动出版传媒产业链升级，构筑一流的内容出版、教育服务、文化消费服务、供应链服务四大产业体系和资本经营投融资体系。本公司旗下拥有 15 家出版传媒单位、179 家实体书店、新华文轩云店及文轩网、文轩九月等线上平台，构建了线上线下融合的文化消费服务体系，实现实体书店由图书经营向文化消费服务提供商转型。在夯实主业的基础上，公司积极推动数字化转型，依托电子商务平台拓展数字出版与融合发展，并通过布局全国物流网络，赋能出版行业整体效率提升。公司聚焦学前教育、义务教育、普通高中教育、职业教育等阶段，精准满足教育教学的各类需求，助力国家教育高质量发展。公司积极推进游戏、资本经营等领域的探索，向多元化的文化企业不断迈进。公司积极

响应文化“走出去”战略，通过版权输出、出口实体书刊等，不断推动中华文化向国际传播。本公司持续履行社会责任，通过举办天府书展、开展全民阅读与公益活动，致力于推动社会文化及公益事业发展。本公司与投资者、合作伙伴、消费者及员工共同分享发展成果，逐步成长为一家具有广泛市场影响力与社会认可度的综合性文化服务企业。

截至报告期末，本公司旗下

15 家出版传媒单位

拥有 179 余家实体书店



## 荣誉及资质

本公司始终将可持续发展理念深度融入公司战略与运营，在环境、社会及治理领域持续投入、积极探索，相关实践与成效亦获得社会各界及专业机构的广泛认可。

<p><b>2025 全国文化企业 30 强</b></p> <p>光明日报社、经济日报社</p>	<p><b>2024-2025 年度重点通俗理论读物宣传推广突出贡献奖</b></p> <p>学习出版社</p>
<p><b>2015-2024 年度纳税信用等级连续十年为 A 级</b></p> <p>国家税务总局成都市锦江区税务局</p>	<p><b>2024-2025 年度信息披露工作评价 A 级</b></p> <p>上海证券交易所</p>
<p><b>第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖投资者关系管理优秀团队奖</b></p> <p>证券时报</p>	<p><b>上市公司口碑榜最佳董事会奖</b></p> <p>每日经济新闻</p>
<p><b>在参与“第一届传媒业可持续发展指数”中获得“实践者”称号</b></p> <p>香港中文大学商业可持续发展中心、中国传媒大学国家治理研究院、联合国教科文组织媒介素养联盟成员单位《传媒 1 号》</p>	

## 关键绩效概览

本公司持续致力于在环境、社会及治理（ESG）维度协同推进、积极践行企业社会责任。报告期内，公司推出一系列务实举措并取得积极进展，ESG 相关关键绩效表现如下

<p><b>能源消耗全面下降</b></p> <p>与 2024 年相比，电力、汽油、柴油、天然气、液化石油气、热力分别下降 <b>1.82%、25.93%、86.01%、13.14%、49.28%、4.17%</b></p>		
<p><b>温室气体排放显著减少</b></p> <p>范围一（直接排放量）较 2024 年下降 <b>25.43%</b>，范围二（间接排放量）较 2024 年下降 <b>2.94%</b>，总排放量较 2024 年下降 <b>5.94%</b></p>		
<p><b>包装材料管理</b></p> <p>包装材料使用量降至 <b>4,259.37 吨</b></p> <p>较 2024 年降低 18.55%</p>	<p>物流部门产生的包装材料回收量增至 <b>136.90 吨</b></p> <p>较 2024 年提高 49.36%</p>	<p><b>员工健康与安全</b></p> <p>连续三年未发生因工亡故事件，职业病发生率为 <b>0</b></p>
<p><b>人才培养与发展</b></p> <p>2025 年培训支出达 <b>710.66 万元</b></p> <p>持续支持员工成长</p>	<p><b>文化输出与国际影响</b></p> <p>公司及旗下 5 家单位、1 个项目入选“2025-2026 年度国家文化出口重点企业及重点项目”</p> <p>14 个项目入选 2025 年度“经典中国国际出版工程”和“丝路书香出版工程”，入选数量创历年新高</p>	
<p><b>乡村振兴</b></p> <p>总投入 <b>2,339.46 万元</b></p>		<p><b>社会公益</b></p> <p>总投入 <b>3,525.59 万元</b></p>



## 聚势·ESG 治理新篇

## 健全治理架构

### 治理架构

本公司依据《公司法》《证券法》及《上市公司治理准则》等法律法规，建立了由股东会、董事会及管理层构成的权责清晰、运作规范和相互协调的法人治理结构。董事会下设战略与投资委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会，协助董事会在战略发展、薪酬与考核、内控与审计、风险管理以及 ESG 管治等关键领域履行决策与监督职能。

公司高度重视可持续发展，根据上海证券交易所和香港联合交易所《上市规则》及《环境、社会及管治报告守则》等相关规定建立了与公司经营管理相适应的 ESG 管治架构，形成由“董事会—董事会审计委员会（以下简称‘审计委员会’）— ESG 工作领导小组—各职能机构”组成的管治体系，明确从决策层到执行层各层级于 ESG 管理的主体责任及职责。董事会对 ESG 策略、管理及信息披露负责，并授权审计委员会协助董事会管理及决策 ESG 事宜、评估及厘定 ESG 管治策略及风险。公司 ESG 工作领导小组负责组织实施 ESG 管理，并定期向董事会及审计委员会报告 ESG 相关工作，各相关职能机构则协同推进 ESG 工作的具体执行。公司将持续以该管治架构为基础，通过有效的管理机制不断提升 ESG 管治水平，推动公司的长期可持续发展。

### 制度建设

本公司高度重视公司治理制度建设，严格遵守法律法规及监管要求，推进治理制度的不断完善。公司制定了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《总经理工作细则》《董事会秘书工作制度》《关联交易制度》《对外担保管理办法》《投资者关系管理制度》《信息披露制度》《A 股募集资金使用与管理办法》《内幕信息知情人登记管理制度》及《年报信息披露重大差错责任追究制度》等相关制度，为公司法人治理结构的规范化运行提供了制度保障。

### 董事会独立性及多元化

本年度末，本公司董事会有董事 8 人，其中独立董事 3 人，非独立董事 5 人；女性董事 1 人，男性董事 7 人。公司董事会制定了《董事会成员多元化政策》，已充分从多个方面及可量化的标准考虑董事会成员多元化结构，包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、地区、行业经验、专业技能及服务任期等，并基于本公司业务特点及需要，最终按提名人选的专长及可在董事会决策中发挥的作用而确定人选，能够从不同角度为公司提供治理与发展建议。

## 深化沟通机制

本公司将可持续发展理念全面融入公司经营管理与业务运营，致力于为包括读者、员工、股东、学校、政府及监管机构在内的各利益相关方创造长期、共享的价值。为此，本公司建立并持续完善利益相关方沟通机制，持续识别并回应各方关注点，有效保障其合法权益，推动公司实现稳健发展。

利益相关方	期望	沟通方式	回应措施
 客户及读者	<ul style="list-style-type: none"> <li>高质量的产品及服务</li> <li>丰富的文化知识输入</li> <li>提升阅读体验</li> <li>诚信推广行为</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官网、公众号等媒体</li> <li>客服热线沟通</li> <li>线下门店沟通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化产品质量管控</li> <li>支持并发掘优秀作品出版</li> <li>建立便民的线上线下运营实体及高效的物流网络</li> <li>完善客户投诉流程，了解客户意见</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元、平等的雇佣行为</li> <li>确保职业健康与安全</li> <li>享受合法的薪酬及福利待遇</li> <li>提供良好的培训和职业发展机会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>职工代表大会</li> <li>内部网络、邮箱、论坛、内刊、座谈会</li> <li>线上线下培训活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善员工招聘、晋升等内部管理制度与体系，尊重员工权益</li> <li>保障员工职业健康和安全</li> <li>提供良好的薪酬及福利待遇</li> <li>提供多元化的岗位技能培训</li> </ul>
 股东	<ul style="list-style-type: none"> <li>规范公司治理</li> <li>稳定的业绩增长</li> <li>提升公司价值</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东会</li> <li>定期报告及临时公告</li> <li>路演、业绩说明会等信息发布渠道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续完善内控及风险管理机制</li> <li>制定和落实发展战略</li> <li>透明公开的信息披露</li> <li>稳定、持续的派息政策</li> </ul>
 学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高教材教辅质量</li> <li>助力教育服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>实地调研、走访</li> <li>教学研讨会</li> <li>开展研学活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高效的印刷、物流、教育服务体系</li> <li>推动教育信息化发展</li> <li>教师培训</li> <li>研学与劳动实践</li> </ul>
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>合规运营</li> <li>繁荣文化产业</li> <li>支持教育事业</li> <li>乡村振兴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息报送与披露</li> <li>调查、检查、监管</li> <li>开展公益活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守国家法律法规、完善内部制度，提升治理水平</li> <li>及时、准确、完整地进行信息披露、报送各类材料</li> <li>就信息披露、重大事项等与监管机构保持沟通</li> <li>综合发展多元化文化产业</li> <li>支持贫困地区教育</li> <li>助力乡村振兴</li> </ul>

利益相关方	期望	沟通方式	回应措施
 供应商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 促进行业健康发展</li> <li>· 保护知识产权</li> <li>· 互利共赢、共同发展</li> <li>· 公平竞争机会</li> <li>· 稳定供应链</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 同业企业合作、交流及调研</li> <li>· 行业协会</li> <li>· 图书订货会</li> <li>· 线下互访面谈</li> <li>· 线上视频会议</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 加强供应商管理与资质评估</li> <li>· 强化知识产权保护工作</li> <li>· 建立长期稳定的合作机制</li> <li>· 协作开展品牌活动、发布信息</li> </ul>
 社区和公众	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 践行公益</li> <li>· 文化推广</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 开展公益活动</li> <li>· 组织社区活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 公益捐赠、参与基层服务活动等</li> <li>· 开展多元社区文化活动</li> <li>· 乡村振兴</li> </ul>
 环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 能源与资源有效利用</li> <li>· 应对气候变化</li> <li>· 推进节能减排</li> <li>· 原材料使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 环保检查</li> <li>· 环境信息披露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 环境绩效采集与分析</li> <li>· 加强气候风险管理</li> <li>· 加强资源循环利用，减少废弃物</li> <li>· 践行绿色采购</li> <li>· 倡导环保理念</li> <li>· 推广节能办公及新能源运输</li> </ul>

## 识别核心议题

本公司根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》、香港联合交易所《环境、社会及管治报告守则》要求，通过问卷收集等方式，评估公司在 ESG 各议题的表现是否会对经济、社会和环境实际或者潜在产生重大影响，以及公司在 ESG 各议题的表现是否对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响。本公司对各利益相关方重点关注的议题进行评估，从影响重要性及财务重要性两个维度进行判定，形成重要性议题矩阵。

### 议题重要性分析流程



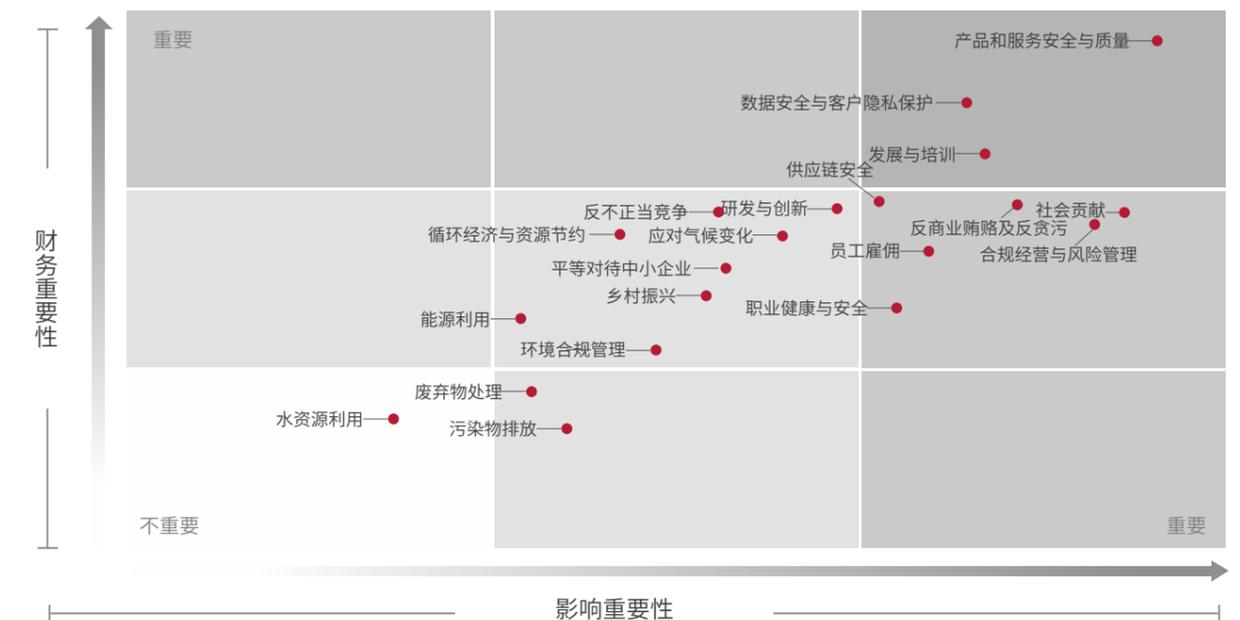
## 重要性议题矩阵

2025 年，本公司共识别 27 个议题，情况如下：



从影响重要性及财务重要性两个维度进行判定，根据议题评估结果选取其中 20 个议题，形成重要性议题矩阵。

2025 年新华文轩重要议题矩阵



2025 年，本公司依据 ESG 议题重要性分析结果，将具有财务重要性的“产品和服务安全与质量”“数据安全与客户隐私保护”“发展与培训”三个议题按照“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”四要素框架进行披露。其中“产品和服务安全与质量”详见“四、匠心·品质与创新同行（一）追求卓越产品”，“数据安全与客户隐私保护”详见“五、行稳·治理与风控基石（四）捍卫数据隐私”，“发展与培训”详见“三、赋能·成就员工价值（三）赋能职业成长”。



## 循绿·生态友好运营

## 应对气候变化

为应对气候变化带来的风险与机遇，本公司建立了由董事会领导的 ESG 管治架构，并将气候相关议题纳入公司治理与战略。基于科学情景分析，公司持续识别并评估物理风险与转型风险对价值链及财务表现的影响，推进温室气体减排与资源效率提升，将气候风险管理融入公司日常运营，确保气候因素在重大决策及公司战略制定中得到充分考虑。



### 治理

公司依托现有 ESG 管治架构，将气候治理职责分层融入责任体系，构建了与公司经营管理相适应的气候风险管理机制，持续推进公司绿色低碳发展。董事会负责审批公司气候战略、长期目标及重大转型等事项，并通过年度会议对气候议题进行审议，监督目标的制定及执行；审计委员会定期召开会议，协助评估气候相关风险、审议减排路径与管理绩效；ESG 工作领导小组组织并监督应对气候变化相关工作的执行，并向董事会及审计委员会汇报，各相关职能机构则协同推进 ESG 工作的具体执行。其中，法务与风险管理部负责定期更新风险库，其中包含气候相关环境风险、重大突发事件应急风险等信息，形成《年度风险评估调查问卷》，根据评估结果编制《年度风险评估报告》呈报董事会，确保董事会及时获取上述风险信息。

本公司已将气候相关指标，如实施印刷企业绿色创新发展行动、积极推动智能化与绿色化设备改造等，纳入公司薪酬考核体系。为提升治理主体的专业能力，公司组织董事会成员及高级管理人员参与气候相关培训与研讨，持续强化其在气候战略、风险识别与可持续发展方面的履职胜任力，保障气候治理体系的科学性与有效性。

### 战略

本公司参考 IPCC AR6 气候数据库及 NGFS 气候情景分析模型<sup>1</sup>，使用高排放 SSP5-8.5 情景，对公司业务开展涉及的全国 12 个重点地区进行物理风险分析。本公司及旗下各子、分公司主要集中在四川，因此涉及的风险机遇主要集中在该地区。SSP5-8.5 情景假设未来全球经济增长仍高度依赖化石能源，碳排放持续攀升至 2050 年翻倍，预计到本世纪末全球平均气温可能上升约 4.4°C。在此气候情景基础上，公司立足整体价值链，结合公司风险库，综合分析其面临的转型风险及潜在机遇，评估相关气候风险、机遇对公司战略及财务产生的影响，根据评估结果，为相关战略调整与决策提供科学依据。

公司所面临基于情景分析所识别的来自于暴雨、强风、洪涝等极端天气的物理风险及与气候相关的政策、市场等转型风险，会对覆盖公司整体运营的仓库、印刷车间、物流、门店经营等环节产生较为显著的影响。为应对极端天气事件（如强降雨、强风）引发的运营中断风险，公司已制定《生产安全事故综合应急预案》《应对强降雨、强风、防汛抢险应急预案》等预案，建立了分级应急响应机制，同时通过落实仓库加固、防汛物资储备、对存货及固定资产进行投保等方式，以增强业务连续性。为应对政策与市场绿色转型风险，公司正积极推动业务模式的战略性调整，如，提高环保认证纸张（如 FSC/PEFC）及低 VOCs 油墨的采购与销售占比、将环保指标明确纳入采购技术评审、推行节能减排措施并进行工艺升级、主动提供低碳用纸解决方案满足下游客户的绿色需求等。报告期内，本公司围绕气候相关目标、转型计划及上述部分风险应对措施，已投入 1,082.83 万元。未来，公司计划将气候风险管理常态化，持续提升应对长期气候风险的能力。公司将通过深化供应链服务体系、推进数智化物流体系建设、更新生产设备、进一步把气候风险应对纳入供应商管理及客户服务标准，以拓展全供应链韧性建设，提升应对气候风险与把握低碳机遇的战略能力。

### 时间划分

本公司将气候相关风险与机遇划分为短、中、长期三个维度，以匹配经营管理节奏并支持战略决策。短期为 0-1 年，中期为 1-5 年，长期为 5 年及以上。

<sup>1</sup>IPCC 第六次评估报告共享社会经济路径（Shared Socioeconomic Pathways, SSP）；NGFS “Central Banks and Supervisors Network for Greening the Financial System”，由中国人民银行在内的多家中央银行和金融监管机构组成的国际平台，NGFS 与气候科学家、经济学家共同设计并推出 NGFS 气候情景及分析模型。

气候风险及机遇

慢性物理风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
 气温升高	<ul style="list-style-type: none"> <li>气候变化导致各地气温显著升高，极端高温天气增多，导致印刷车间制冷需求增加，提高能源消耗和设备维护成本</li> <li>印刷车间温度过高，影响印刷油墨干燥速度和套印精度，降低产品质量</li> <li>仓库、印刷厂的纸张等原材料在高温环境下可能出现变形、干燥等问题，增加废品率和原材料损耗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善高温与灾害应急预案，推行自动化与远程作业，定期开展安全培训与演练，防范运营中断与员工健康风险</li> <li>优化生产调度计划，调整高能耗工序至用电低谷期生产，降低能耗成本</li> <li>实施厂房隔热与局部降温改造，精准控温并减少空载能耗</li> <li>推进纸张恒湿储存、季节性油墨配方优化及差异化印刷参数管理，提升质量稳定性，降低物料与能源损耗</li> </ul>	可能导致收入减少，运营与生产成本增加
	 干旱期增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>可能导致水资源短缺，导致生产不及时、延迟交货、信誉风险等</li> <li>干旱导致河流航运受阻，依赖水运的纸张原料运输成本上升、周期延长</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投资建设节水设施或采用其他节水措施</li> <li>与多个不同地区的供应商建立合作关系，保障生产连续性与成本稳定</li> </ul>
急性物理风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
 暴雨、强风、洪涝风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>可能导致线下门店受灾、图书和设备受损、影响读者的出行和购物意愿</li> <li>可能导致物流运输车辆无法正常通行，影响原材料进场和成品交付</li> <li>可能造成工厂停产，仓库原料受潮霉变，纸张供应中断或延迟</li> <li>可能造成建筑外部装饰或结构受损，进而影响库内商品安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定洪涝应急预案并组织演练，提升灾情应对能力，做好抢险应急救援工作，最大限度地减少人员、财产和环境造成的损失</li> <li>与供应商保持沟通，建立安全库存，保障原材料供应</li> <li>定期检查和加固户外设施，防范安全事故</li> </ul>	可能导致收入减少，运营与生产成本增加

转型风险	风险描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
 政策和法律	<p>政府大力推动绿色供应链建设，要求公司对供应商的环境表现进行更严格的管理和监督。若公司未满足节能、低碳的相关政策要求及市场趋势，可能面临声誉受损和被处罚的风险</p> <p>政府为应对气候变化，会制定严格的空气污染物（如挥发性有机化合物 VOCs）排放标准。如果本公司子公司四川新华印刷有限责任公司（以下简称“四川新华印刷”）的印刷流程不能满足最新排放标准，可能面临整改、罚款甚至停产的风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<p>推动绿色供应链建设，提升供应链透明度和可持续性，增强市场认可度</p> <p>采用低挥发性有机化合物（VOCs）排放的油墨和环保印刷技术</p>	可能导致成本增加
 技术	<p>为了减少出版物供应链过程中的碳排放和环境污染，供应链上下游需要采用一些高成本投入的环保技术，若企业未能及时跟进低碳技术升级，将面临设备落后、生产效率低、碳排放高的产品竞争劣势，从而错失市场先机</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期</li> </ul>	<p>通过技术创新降低环保技术成本，提升企业的可持续发展能力</p>	可能导致成本增加
 原材料价格波动	<p>气候变化可能导致印刷原材料（如纸张、油墨）的供应受到影响。例如，森林资源因灾害减少，纸张生产成本增加；同时，环保要求的提高也可能促使油墨等原材料价格上涨</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<p>通过优化采购策略和成本控制措施，降低原材料和运营成本，提升市场竞争力</p>	可能导致成本增加，利润减少
 市场	<p>随着公众环保意识的增强，消费者对印刷品的环保属性越发关注。如果公司的印刷品不能满足消费者对环保的期望，如未采用环保纸张、油墨，或者没有获得相关绿色印刷认证，可能会导致市场需求下降</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> </ul>	<p>开发和推广环保印刷品，满足消费者对环保产品的需求，拓展市场份额</p>	可能导致收入减少，成本增加
 声誉	<p>供应链协同中的声誉关联风险</p> <p>与公司合作的上下游企业，如果在气候变化相关活动中出现负面事件，可能会波及公司声誉</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期</li> </ul>	<p>加强与供应商和合作伙伴的协同合作，提升整个供应链的环保水平和可持续性</p>	可能导致收入减少

机遇	机遇描述	时间范围	应对举措	对财务的影响
 资源效率	随着科技的发展，高效型印刷设备不断涌现，技术不断发展，可能带来资源效率提升	中期	引进新型印刷设备，优化生产工艺和流程，提升印刷效率和质量	可能带来成本减少
 产品和服务	气候变化带来的极端天气可能影响线下门店的运营，但同时也促使企业加快数字化转型	中期 长期	加强线上平台的建设和优化，提升用户体验，增加电子书、有声读物等数字内容的种类	可能带来收入增加
 市场	随着公众环保意识的不断提高，消费者更倾向于选择环保、低碳的产品和服务	中期	在生产经营过程中采取绿色印刷，环保包装等措施，回应市场环保需求，提升企业环保形象，增强品牌影响力	可能带来收入增加
 韧性	随着极端天气频发，政府监管趋严、社会环保意识提升，可持续发展成为行业共识，企业可通过绿色发展，将气候挑战转化为可持续发展机遇	长期	公司积极把握气候转型机遇，通过绿色印刷、低碳工艺与数字化运营提升资源利用效率，加强供应链管理、生产运营与成本管控，持续增强气候风险应对能力，实现可持续发展	可能带来成本减少

## 影响、风险和机遇管理

在全面风险管理框架下，本公司已建立起涵盖气候相关风险与机遇的管理机制，旨在对各类气候风险与机遇进行识别、评估与优先级排序。公司基于历史数据定期开展情景分析识别气候相关风险及机遇，从财务损失、运营中断、市场影响等维度评估其对战略与财务的影响，确定风险在短、中、长的时间周期内发生的概率。公司董事会及审计委员会制定应对措施，定期监控执行进展。通过上述机制，公司确保气候因素在战略与经营决策中得到持续关注。

公司已将气候相关风险（包括环境演变、外部政策调整、技术变革、市场供求变化等）纳入公司风险库，以保障气候因素在战略规划、资源配置及业务布局调整中得到充分考量，为公司中长期韧性增长与绿色转型提供决策支撑。

## 指标与目标

本公司致力于将 ESG 理念融入公司的经营管理和业务运营之中，全力响应国家“双碳”战略目标。公司计划自 2024 年起逐步降低单位营业收入所产生的温室气体排放量、综合能耗量以及耗水量。报告期内，本公司持续加强排放管理，通过设施改造、更换新能源车辆等，温室气体密度、综合能源消耗量密度较去年有所降低。用水总量同比下降，但用水量密度有所上升，主要因本年度营业收入降幅大于用水总量降幅所致。本公司将结合经营实际，持续审视业务结构与资源消耗匹配情况，进一步优化环境目标、提升资源利用效率，稳步推进绿色低碳发展。



### 推进运营车辆绿色转型

在运营车辆绿色化管理方面，本公司持续推进车辆结构调整与能效提升。本公司所使用叉车全部为纯电动叉车，报告期内，淘汰老旧运营车辆 4 辆并替换为能效更高的油电混合动力车型，淘汰老旧货车 4 辆并替换为能效更高的纯电车型，从源头上减少了高排放车辆的使用，有效降低了车辆运营环节的温室气体排放量。



### 绿色出行与低碳办公

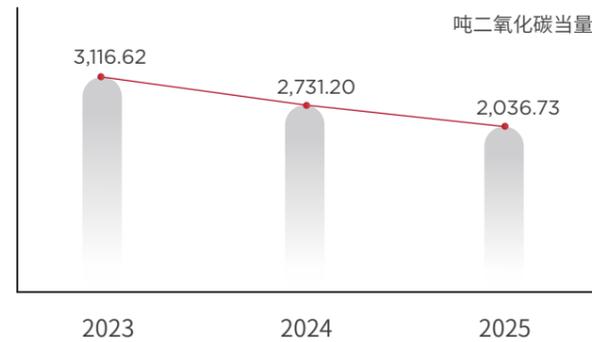
本公司积极倡导践行低碳通勤，鼓励居住较近的员工步行或骑行，并优化差旅管理，引导员工优先选择公共交通工具。此外，公司通过对办公室及周边进行绿化，增强碳吸收能力，改善办公环境的空气质量。



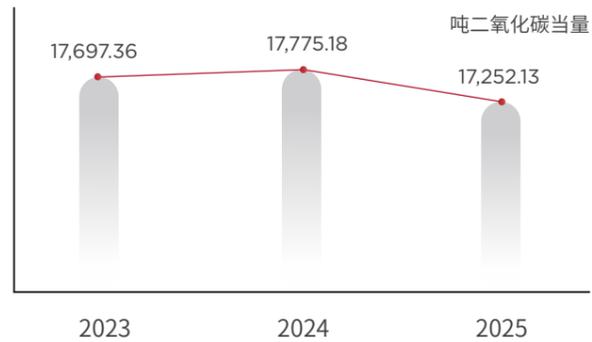
### 温室气体排放

本公司持续加强碳排放管理，已实现多年对范围一、范围二碳排放的定期披露，并将逐步推进范围三排放数据的系统收集与核算。报告期内，公司温室气体总排放量、范围一排放量、范围二排放量较 2024 年均有所下降。具体排放数据如下：

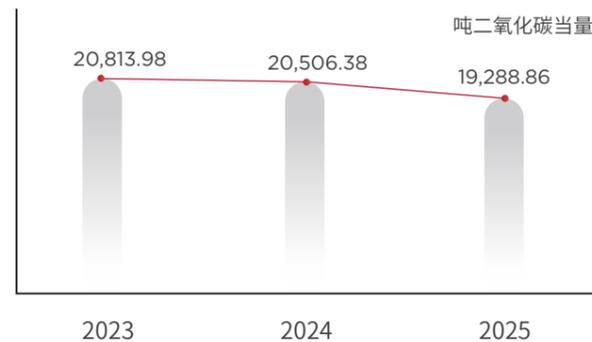
范围一 直接温室气体排放量 (注 1)



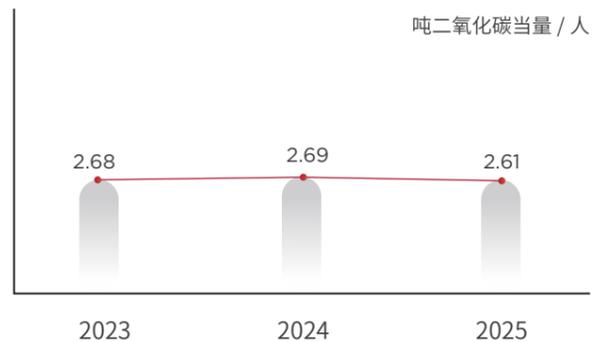
范围二 间接温室气体排放量 (注 1)



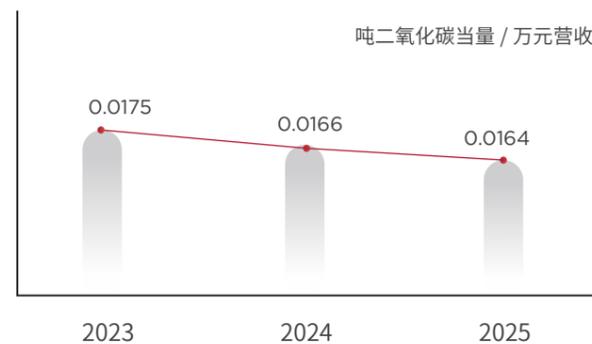
温室气体总排放量 (注 1)



人均温室气体排放量 (注 2)



温室气体排放密度



注 1. 温室气体排放量计算方法参考世界资源研究所 (WRI) 和世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 发布的《温室气体核算体系企业核算与报告标准》、政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 发布的《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》；范围二电力排放采用基于位置的方法计算，电力排放因子源自生态环境部《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》。

注 2: 按年平均人数计算。



## 管控环境排放

为降低运营活动对环境的影响，并持续提升环境绩效，本公司严格遵守国家及所在地相关环保法律法规，建立了覆盖决策、管理与执行各层级的排放物管控体系。本公司通过完善的组织架构、明确的策略指引及具体的实施举措，对生产经营过程中产生的各类排放物进行全流程管理与优化。四川新华印刷制定了《环境保护制度》《环境责任制度》《环保培训制度》《环境信息依法披露管理制度》等，切实履行环境保护责任，增强员工的环保意识；每年制定环境自行监测方案，通过委托具备专业资质的第三方检测机构定期开展全面监测，并将检测结果上报所在地环保部门。四川新华印刷持续对生产设施设备进行环保优化改造，在改造项目实施前，均依法完成环境评估工作。报告期内，公司在运营过程中产生的各类排放物均符合国家相关标准，未对周边环境及社区造成影响。本公司子公司四川新华印刷、四

川新华文轩物流有限公司的环境管理体系已符合 GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015 标准要求，并获得认证。同时，公司通过要求供应商具有森林管理委员会 (Forest Stewardship Council, FSC) 等相关可持续发展认证资质的方式保护生态系统和生物多样性。

在夯实日常排放物管理的基础上，公司高度重视环境风险的应急能力建设。四川新华印刷制定了《突发环境事件应急预案》，并在报告期内组织开展突发性环境污染事故应急演练，模拟印刷车间清洗剂泄漏险情，全流程检验应急预案的可行性与实战效能，重点强化应急救援队伍的快速响应与跨部门协同能力，同步核查应急物资及装备准备状态，进一步完善环境应急机制，提升员工风险防范意识与自救互救能力。报告期内，公司未发生环境突发事件，未受到重大环境处罚。



环境管理体系认证证书

## 废气

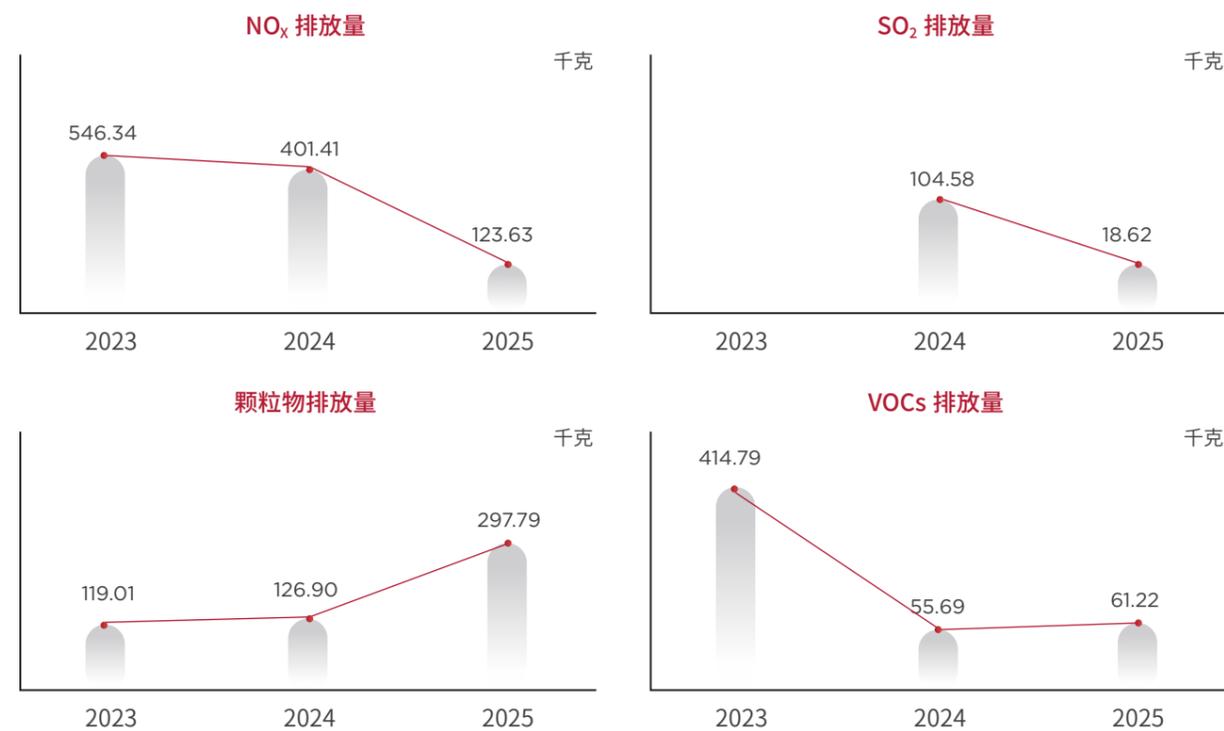
本公司的废气主要来自于四川新华印刷在印刷、胶装及商轮烘箱燃烧等生产过程中产生的挥发性有机化合物（VOCs）、NO<sub>x</sub>、SO<sub>2</sub>、颗粒物的排放，其严格遵照《中华人民共和国大气污染防治法》《印刷工业大气污染物排放标准》《四川省固定污染源大气挥发性有机物排放标准》等相关法律法规处理排放物，并通过不断升级环保设备、采用绿色原材料、加强设施维护等措施尽可能减少废气污染物排放量。

报告期内，四川新华印刷持续推进清洁生产与污染防治，通过设备升级，有效减少了生产环节的环境影响。安装了 VOCs 集气与处理系统、高效除尘设备，并引入显影液冲板水循环净化装置，从源头控制污染物产生；使用低挥发性油墨、无醇润版液、半水基洗车水及 EVA 热熔胶等环保材料，进一步降低挥发性有机物、粉尘及废水排放；对现有环保设施进行了专项维护与优化，包括对 VOCs 治理系统开展集气管道密封性检查，实施防腐防锈处理，并按时更换活性炭、过滤棉及光氧催化灯管等耗材；对除尘器滤芯进行定期更换，确保除尘设施持续稳定运行。

报告期内，本公司废气污染物排放情况如下：

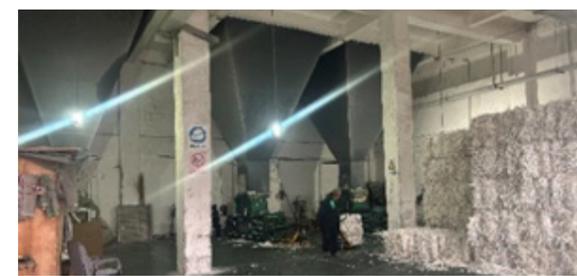


废气排放口



## 无害废弃物

在本公司的运营过程中，主要产生的无害废弃物包括印刷环节产生的废纸、物流环节产生的包装废料以及日常办公和生活活动中产生的生活垃圾和生活污水等。公司围绕资源利用最大化目标，全面推进无害废弃物的规范化回收与多元化绿色处置，着力提高资源及生产制造原材料的循环利用率。在生产环节，根据《四川省固体废物污染环境防治条例》《成都市建筑垃圾处置管理条例》等法律法规，四川新华印刷制定了相应的管理办法；对于印刷过程中产生的废纸，均交由具备国家规定回收资质的外部专业回收公司进行处置。在物流环节，所使用的包装材料主要涵盖包装纸、打包带、快递信封袋等，通过包装材料的循环使用，实现二次利用，进而达到减少废弃物排放的目的。报告期内，公司用于生产制造环节的纸张全部为可再生资源，消耗量为 20,279 吨。公司共回收利用物流包装材料约 136.90 吨，较上年同期提升了 49.36%。此外，日常运营中产生的生活垃圾和生活污水等无害废弃物统一交由市政相关部门进行处理。



四川新华印刷一般固体废物暂存间

### 报告期内

公司用于生产制造环节的可再生资源（纸张）消耗量为 **20,279** 吨

公司共回收利用物流包装材料约 **136.90** 吨

较上年同期提升了 **49.36%**



报告期内，本公司固体废物情况如下：

指标	单位	2025 年度	2024 年度	2023 年度
无害废弃物总量	吨	3,920.71	4,388.53	4,312.65
其中：生活垃圾产生量	吨	583.60	601.97	615.65
废包装材料量	吨	150.11	110.93	92.00
印刷产生废纸	吨	3,187.00	3,675.63	3,605.00
人均生活垃圾产生量（注 1）	吨 / 人	0.0789	0.0789	0.0791
无害废弃物密度	千克 / 万元营收	3.3419	3.5597	3.6337

注 1：按年平均人数计算。

## 有害废弃物

在本公司运营过程中，四川新华印刷生产环节产生的废印板、废油墨桶、印刷耗材及其他危险废物，以及本公司物流中心电动叉车所使用的废旧铅酸蓄电池，均属于有害废弃物范畴。

四川新华印刷制定了《危险废物管理制度》，以实现有害废弃物的统一安全处理，设立了专用的危险废物暂存间，严格按照环保要求对危险废物进行分类堆放，并将废清洗剂、废机油、废油墨、废热熔胶等有害废弃物委托给具备专业处理资质的公司进行回收处理，强化了废弃物的全过程管理，有效控制了危险废物可能带来的危害。

本公司在日常物流业务中，有多台电动叉车投入运行，这些叉车在不同时间、不同阶段会产生各种规格的废旧铅酸蓄电池。为保护环境，响应国家相关政策要求，本公司对产生的废旧蓄电池进行回收、登记和造册管理，并设置了专门的暂存地点，安排专人负责看管。在处置废旧蓄电池时，通过招标方式选择具有国家相关资质的专业回收处置机构进行处理。报告期内，共报废处置铅酸蓄电池 23 台，重量总计约 18.78 吨；购买锂电池及充电机 22 组，共计 72.60 万元，有效提升充放电效率并适配清洁能源。



四川新华印刷有害废弃物暂存间



### 报告期内

共报废处置铅酸蓄电池 **23** 台

购买锂电池及充电机 **22** 组

重量总计约 **18.78** 吨



共计 **72.60** 万元



报告期内，本公司有害废弃物情况如下：

指标	单位	2025 年度	2024 年度	2023 年度
有害废弃物（注 1）	吨	46.70	37.13	68.91
有害废弃物密度	千克 / 万元营收	0.0398	0.0301	0.0581

注 1：有害废弃物增加主要由于本公司使用的叉车电池寿命耗尽而产生的废旧铅酸蓄电池较上年同期增加，废旧铅酸蓄电池每年产生的量不固定。

## 高效利用资源

本公司始终秉持可持续发展理念，提升能源利用效率，深挖节能潜力，积极落实节能减排措施。通过实施技术改造、增强员工节能意识与数据监测等综合举措，致力于降低运营中的能源消耗，实现能源利用效率的最大化。本公司及子、分公司主要分布于四川，生产经营用电以水电为主；公司涉及的能源使用类别中，天然气作为清洁能源的重要组成部分，其消耗量为 512.40 吨标准煤，占公司能源消费总量的 10.03%。

## 能源使用政策及节能举措

本公司在运营过程中能源消耗主要包括办公运营用电、公务车辆汽油、员工食堂及印刷业务耗用的天然气。本公司始终秉持可持续发展理念，持续加强内部制度建设，大力宣传和贯彻节能降耗理念，并积极实施能源管理等措施。

### 在行政办公方面

本公司强化员工环保意识，要求员工节水节电、节假日断水断电；合理控制新风系统运行时间，通过自然通风的方式提高室内空气质量；设置室内温控标准，提倡夏季制冷不低于 26°C，冬季制暖不高于 20°C。报告期内，本公司持续推进照明系统绿色改造，阅读服务事业部完成 11 家门店的 LED 灯具焕新，凉山州新华书店有限责任公司亦统筹完成了全州 17 个县市门店的节能灯具升级。公司通过对地下车库实施智能照明改造，使该区域能耗降低。为提升全员参与度，公司内部广泛开展了节能宣传，通过张贴主题海报与标识等方式倡导节约文化。



公司张贴节能宣传海报

### 在生产方面

四川新华印刷制定了《能耗管理控制程序》，对能耗定额指标、水电的节约降耗措施作出明确规定；安装分级计量仪表建立能源监测体系，实现数据的实时采集与分析；明确各部门管理职责，设立能源管理专员，并建立节能奖惩机制，将节能表现纳入考核；推行科学排产与集中生产模式，合理安排设备启停、避免空转，并鼓励错峰用电以降低电网负荷与成本；持续开展节能培训，提升员工的节能意识与操作规范。

### 在物流方面

用于同城运输配送的大部分自有车辆为新能源车辆，选择符合国家环保标准的车辆进行长途运输。

报告期内，本公司主要能源使用情况如下：

指标	单位	2025 年度	2024 年度	2023 年度
电力消耗量	万度	3,190.57	3,249.75	3,057.06
汽油的消耗量	万升	52.33	70.65	79.92
柴油的消耗量	万升	0.90	6.46	12.19
天然气的消耗量	万立方米	38.53	44.36	45.20
液化石油气的消耗量	千克	31.70	62.50	62.50
外购热力	吉焦	2,936.24	3,064.06	2,390.46
综合能源消耗总量	吨标准煤当量	5,106.96	5,423.70	5,451.10
人均综合能源消耗量 (注 1)	吨标准煤当量 / 人	0.69	0.71	0.70
综合能源消耗量密度	千克 / 万元营收	4.3530	4.3993	4.5929

注 1：按年平均人数计算。

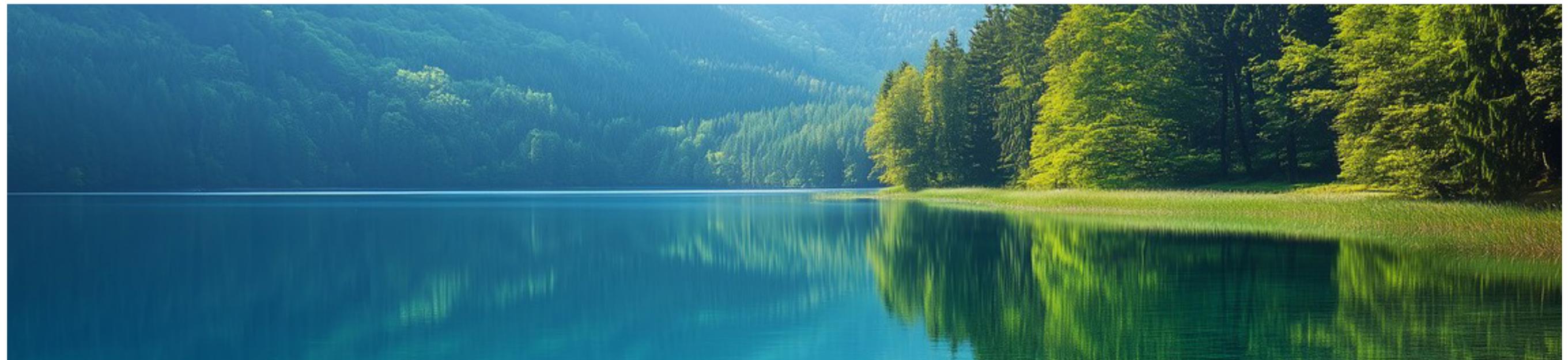
## 水资源使用政策及节水举措

日常运营中，公司积极推行节约用水管理，通过内部宣传与提示、安装感应水龙头等措施，强化全员节水意识，营造节约水资源的良好氛围。四川新华印刷为有效管理水资源，已建立系统化的节水管理体系，通过安装分级计量仪表，对总进水口、生产区域及关键设备实施用水数据的精准监测与分区统计，为管理决策提供了数据基础。在技术与设备层面，积极推广节水器具与循环利用工艺，优先采购感应龙头、节水冷却塔等设备，并对生产用水环节进行优化，以提高水资源重复利用率。同时，通过定期开展供水管网、用水设备的巡检工作，排查漏水、渗水问题，设定用水定额及培养员工随手关水习惯等措施，加强用水过程的精细化管控。此外，四川新华印刷将节水宣传纳入员工培训，并将节水绩效与考核激励挂钩，从而全面提升全员节水意识，推动水资源使用效率的持续提升。

报告期内，本公司水资源使用情况如下：

指标	单位	2025 年度	2024 年度	2023 年度
排水总量	万吨	20.48	21.23	22.12
人均排水量 (注 1)	吨 / 人	27.70	27.83	28.43
用水总量	万吨	24.09	24.97	26.02
人均用水量 (注 1)	吨 / 人	32.58	32.74	33.45
用水量密度	吨 / 万元营收	0.2054	0.2025	0.2192

注 1：按年平均人数计算。





## 赋能·成就员工价值

本公司奉行“以人为本”的人力资源理念，持续优化人力资源结构，致力于打造专业素养高、综合能力强的人才队伍，创造平等、尊重、包容的工作环境，多角度保障员工权益，丰富员工生活，推动员工与企业共同发展。

## 保障员工权益

本公司构建覆盖薪酬福利保障、多元团队建设、合规雇佣管理的全方位员工权益保障体系，通过制度完善、流程规范、权益落地，切实维护员工合法权益。

### 薪酬福利政策及权益

公司聚焦干部激励约束机制建设与全员薪酬权益保障，持续优化薪酬福利管理体系，构建了以岗位工资为基础、业绩激励为导向、多元福利为补充的标准化薪酬体系，并为员工足额缴纳养老、医疗、失业、工伤、生育五项社会保险，同步配套住房公积金、企业年金及团体补充医疗保险等多重保障，层层筑牢员工职业发展与生活稳定的坚实基础。

本公司高度重视员工民主权利，充分发挥职工代表大会作用，搭建畅通高效的民主决策与监督通道，将员工切身利益相关事项纳入民主管理范畴，最大限度地保障员工的各项权益。报告期内，本公司召开 2 次职工代表大会，全体职工代表审议了与员工薪酬福利权益密切相关的制度，听取《公司社保公积金、企业年金及员工福利管理工作情况》等汇报，通报 2025 年工作报告等核心内容，充分发挥职代会作用，同步召开了工会会员代表大会，全面总结年度工会工作成效，切实保障员工与会员的知情权、参与权与监督权，推进企业民主管理。

### 建设多元化员工团队

本公司立足战略发展需求，深耕人才梯队建设，将多元用工、公平赋能理念融入人力资源管理全流程，在坚守“赛马识好马”“实干造就人才”管理思想的基础上，持续健全人才选拔、融合、培育、激励、淘汰全链条机制，激活组织内生动力，为高质量发展筑牢人才根基。

本公司严格遵循国家劳动法律法规及 ESG 相关理念，将平等就业、多元包容贯穿招聘录用全流程，主动为各类人才提供公开、公正、透明的就业机会，根据岗位任职资格，通过多元公开渠道开展招聘工作，不针对性别、民族、婚姻状况、年龄等因素设置任何歧视性条款，禁止就业歧视。公司通过《员工手册》明确公司运营管理规范、核心价值观等关键信息，为员工工作提供清晰指引，帮助新员工快速融入团队、适应岗位。同时，公司注重营造包容互助的工作氛围，尊重员工个体差异，充分挖掘不同背景员工的优势潜能，推动个人价值与企业发展共生共荣。

#### 截止报告期末

本公司共有员工 **7,354** 人  
年平均人数 **7,394** 人



报告期内累计离职员工人数 **331** 人

其中男性离职员工 **126** 人  
女性离职员工 **205** 人



员工年度流失比率为 **4.20%**

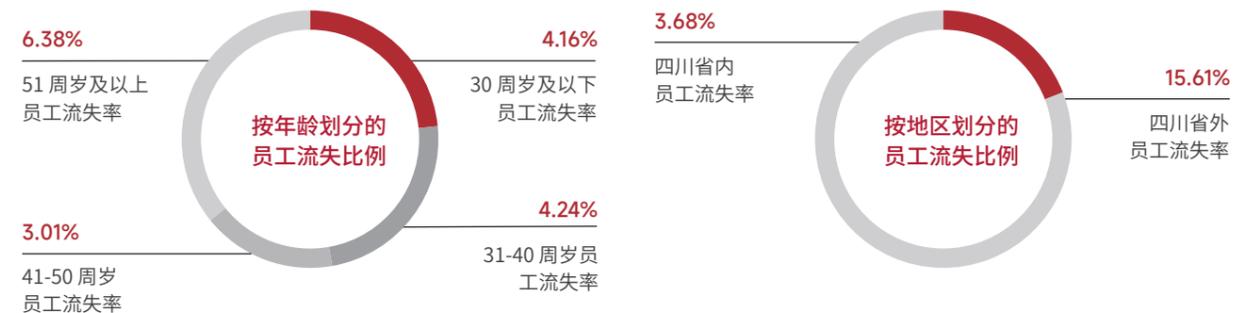
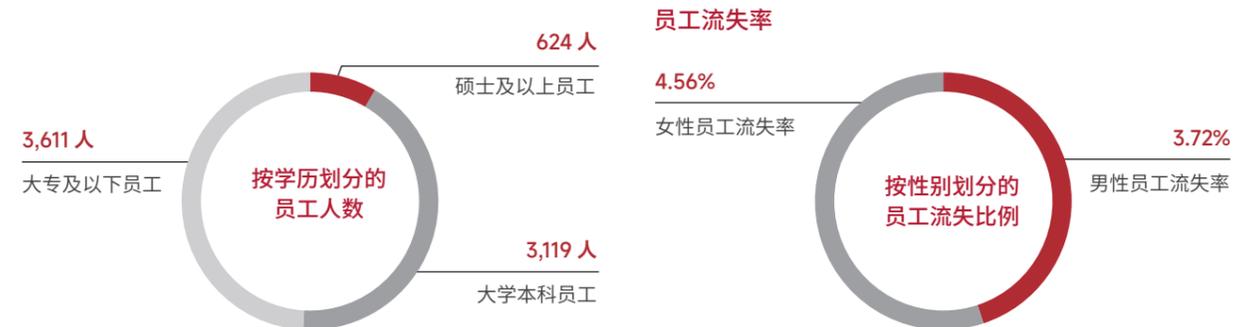
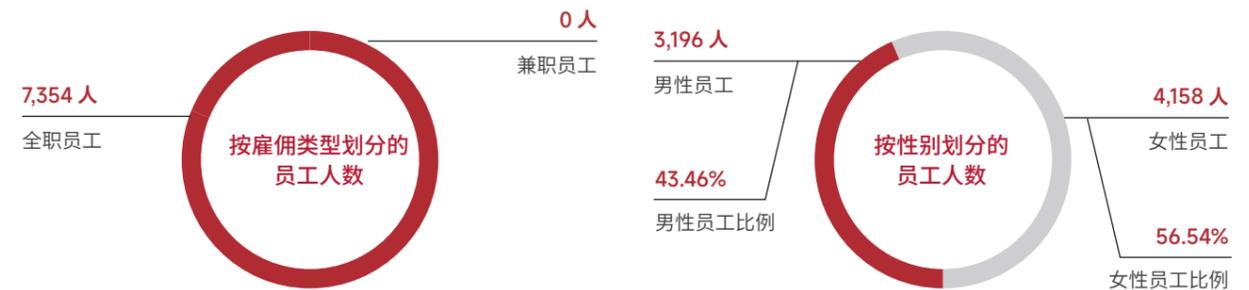
其中男性员工流失比率为 **3.72%**

女性员工流失比率为 **4.56%**



截止 2025 年末，本公司人员构成如下：

#### 员工数量



## 坚持合规雇佣

本公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国工会法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规，将合法用工要求全面嵌入人力资源管理。

公司持续优化《用工管理制度》《员工手册》等内部规章，对雇佣、解聘、工时管理等进行标准化规范，遵循员工与用人部门双向自主选择的理念开展招聘聘任工作，按照平等、自愿、协商一致的原则，与员工依法签订规范的书面劳动合同，清晰界定双方权利与义务。同时，严格践行公平用工理念，坚决杜绝任何形式的就业歧视与强迫劳动行为，充分尊重员工个人意愿与人格权益。针对工作所需的加班安排，公司坚持事前充分沟通，在征得员工明确同意后实施，并为加班员工足额支付加班报酬或安排调休。

公司严格遵守《禁止使用童工规定》等相关法律法规，坚决杜绝雇佣童工，在招聘环节建立双重核验机制，严格核查拟录用人员的身份证等有效证件，并开展必要背景调查；在为新员工办理入职手续时，对员工身份及年龄等信息进行二次复核，确保所有录用人员均符合法定劳动年龄标准。

### 报告期内

公司**未发生**任何强制劳工相关情形

公司**未发现**使用童工情况



## 守护健康安全

本公司始终将员工的安全与健康视为企业发展的根基，持续推进安全健康管理体系建设，不断提升安全隐患排查与应急能力，强化职业健康全流程防护，全方位守护员工生命健康与工作安全。

## 保障安全生产

公司深入贯彻“人人讲安全、个个会应急”的安全生产理念，制定有《安全生产及消防安全管理制度》《重大危险源识别、评价、监控及管理制度》《生产安全事故应急预案》《火灾事故专项应急预案》等规章制度，通过强化全流程管控、完善应急处置机制，为员工营造稳定、安全的生产工作环境。

公司严格执行安全生产相关规定，常态化开展安全检查，覆盖仓库、门店、生产车间、办公区域及物流中心各作业区域等关键场所，聚焦消防安全、设施设备运行、职业卫生、物流仓储安全等核心领域，精准排查安全隐患，对于在检查中发现的安全隐患，立即提出整改建议及整改期限，坚决防范和遏制重特大安全事故的发生。通过组织安全培训及实战演练，提升全员安全防范意识与应急处置能力。

### 报告期内

本公司组织了 3 次安全培训及演练，内容涉及消防安全培训、安全生产培训、机动车驾驶安全培训、灭火演练、逃生演练、防汛应急演练等多个方面



### 案例：应急实操演练，筑牢安全屏障

于 2025 年 12 月 9 日，南充市公司组织全员应急处置实操演练，专题学习环节，特邀消防讲师到场指导、细化演练步骤；实战环节复刻消防、防汛场景，明确火情发现员、疏散员等岗位，规范开展电源关闭、烟雾场景疏散、开展积水导流、物资转移防汛实操，疏散后及时清点人数、隔离演练区域。演练有效检验了应急预案的可行性。



灭火演练现场



## 职业健康管理

公司始终重视员工职业健康，坚持“预防为主，防治结合”的工作方针，全面贯彻执行《职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》《职业卫生责任管理制度》等职业卫生管理相关规章制度，推动职业卫生管理规范化、常态化开展，从源头管控职业危害，保障员工健康权益。

本公司深入各生产场所开展安全检查，排查潜在的职业危害隐患，一旦发现问题，立即责令整改并跟踪督查；充分利用宣传栏、车间公示栏等载体，张贴职业危害因素检测报告、告知牌及职业卫生规章制度，针对性普及职业病防治相关法律法规与专业知识，切实强化全员职业卫生安全意识。公司多措并举预防和控制职业危害：一是每年聘请第三方专业机构开展工作场所职业危害因素监测；二是按岗位差异化需求，为员工配备耳塞、耐酸塑料手套等劳动保护用品，从作业源头降低职业危害风险；三是每年为员工提供职业卫生专项体检，做到早发现、早预防、早治疗；四是组织相关员工参与外部专项培训，参训人员均顺利通过考核并取得合格证书，有效提升管理团队专业素养。

公司严格遵循 ISO 45001 职业健康安全管理体系要求，旗下四川新华印刷、四川新华文轩物流有限公司已获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书，体系化的管理标准覆盖出版物印刷、物流及相关管理活动。本公司过去三年未发生因工亡故事件，职业病发生率为 0。

报告期内，本公司健康与安全相关数据如下：

因工伤损失的总工作日数 **204** 天



因工致死人数 **0** 人



因工伤损失工作日数（每二十万工时误工天数）**2.80** 小时



职业健康安全管理体系认证



## 赋能职业成长

本公司立足人才队伍建设与员工综合素养提升，持续优化培训赋能模式，畅通双向沟通渠道，为员工搭建全方位成长成才平台，全面激发组织活力与人才潜能，充分彰显员工价值与担当，以人才优势凝聚发展动能，以员工成长赋能企业高质量发展，推动公司稳健发展、持续进步。

## 治理

公司以制度建设为根基，构建规范化、系统化的职业成长体系，制定了《干部管理制度》《岗位职级管理制度（试行）》《培训管理制度》等规章制度，对管理、专业、操作等各类岗位实施标准化管理，明确岗位权责与管理边界，搭建了职务职级成长双通道，在管理序列的基础上，完善了专业职族序列、操作职族序列的成长通道，明确各序列、各职级的任职资格标准，为员工职业成长提供清晰标准和指引，同时，明晰基于绩效考核的职等职级调整原则，建立动态评审调整机制。

## 战略

本公司紧扣改革发展战略目标，以发现选拔为前提、以选好用好为根本、以教育培养为基础，筑牢人才支撑体系，助力战略目标落地。本公司关心员工的个人成长，通过分层分类开展专项、定向培训，提升员工的知识水平、专业技能和综合素养；搭建职务职级双通道，拓展员工职业发展空间；推进干部轮岗交流、多岗位锻炼，提升干部综合履职能力；完善干部员工激励约束机制和人才评价机制，进一步激发人才活力。本公司重视规范岗位与干部管理。此外，强化员工思想引领与双向沟通，通过常态化“面对面、心贴心”谈心谈话掌握员工思想动态，依托座谈会等形式畅通诉求渠道，凝聚团队共识，形成上下协同的发展合力。

## 影响、风险和机遇管理

在推动员工成长体系建设过程中，公司密切关注潜在风险：

### 技术变革风险

面对大数据、VR、AR、AIGC 等新兴技术加速融入内容生产与产品形态的趋势，若人才培养未能同步跟进技术迭代方向，可能导致公司在科技创新中错失先机。

### 人力资源风险

在人力资源管理方面，若人才储备无法满足公司发展需求，关键岗位未明确且缺乏有效轮换机制，薪酬激励体系未能充分发挥作用，将可能导致人才断层、核心能力流失。

### 市场竞争风险

若对行业竞争态势把握不足，缺乏具备把握本地化市场能力的复合型人才，在拓展市场中可能面临响应滞后、竞争力下降等问题。

与此同时，公司也积极把握人才发展带来的多重机遇：通过系统性培训赋能，不断提升员工在内容创作、编辑加工、数字营销等环节的专业能力，掌握前沿出版技术与创新理念，有助于打造更具市场吸引力的高品质产品，持续增强企业核心竞争力；数字化人才培养为业务转型升级提供动能，助力企业由传统内容提供商向知识服务生态构建者迈进，开拓知识付费、智能内容生成等新型业务模式；同时，健全的成长机制和清晰的发展路径，体现了公司对人才的长期投入与价值认同，有效提升员工归属感与组织忠诚度，为企业构建稳定、可持续的人才梯队创造有利条件。

为有效应对上述风险并充分释放发展机遇，公司持续完善职业成长体系，强化人才发展机制。通过明确任职资格标准、优化干部能上能下与职级动态调整机制，促进人才结构优化；依托职务职级双通道建设，拓宽员工发展空间，激发内生动力；结合行业趋势与业务升级需求，推行分层分类培训模式，提升人才适配度。报告期内，组织开展培训约 29.35 万小时，参与培训约 3.93 万人次，年度培训支出 710.66 万元。同时，搭建多元化沟通平台，全年组织骨干人才、应届毕业生等各类沟通座谈会 6 场，覆盖干部员工 350 余人次，及时倾听诉求、解决队伍建设突出问题，增强团队凝聚力。通过一系列举措，实现员工成长与企业发展的双向赋能、协同共进。

## 指标与目标

指标	单位	数据	受训百分比
按雇员类别接受培训人次划分	高级管理层	人次	123
		小时数	4,466
	中级管理层	人次	1,843
		小时数	40,631
	基层员工	人次	37,343
		小时数	248,411
按性别接受培训人次划分	男性	人次	16,028
		小时数	110,145
	女性	人次	23,281
		小时数	183,363
年度培训支出金额	万元	710.66	

未来，本公司将进一步优化培训体系与职业成长机制，提升人才供给与业务发展的匹配度，不断扩大培训覆盖面、增强培训实效，持续提升员工专业能力与综合素养。同时畅通常态化沟通与诉求响应渠道，推动员工职业发展与企业高质量发展深度融合、同频共振，为公司可持续发展提供坚实人才保障。

## 传递组织关怀

本公司注重健全人文关爱体系，始终心系员工工作与业余文体需求，努力为员工解决实际困难，以精准帮扶、多元福利与丰富活动传递组织温暖，切实提升员工幸福感与归属感。

公司持续推进常态化慰问帮扶工作，坚持日常关怀不缺位，及时看望生病住院职工，对职工及亲属去世、退休职工、生育职工开展专项慰问；制定《困难员工帮扶管理办法》，建立困难员工档案，向困难员工提供生活、医疗及就学帮扶，为员工提供切实帮助。本公司为员工办理四川省职工住院医疗保险、职工补充医疗保险和女职工大病互助保险，并指导和协助进行理赔工作，确保员工在遭受疾病困扰时，能够第一时间获得有力的经济支持。此外，本公司为员工提供丰富的节假日福利和生日福利，还提供员工子女暑假托管服务，使每一位员工都能真切感受到企业的关怀与呵护。

### 报告期内

公司进一步提高了工会节日慰问品标准；公司工会于春节期间慰问困难职工 **74** 人，发放帮扶金 **22.30** 万元；高温天为无空调作业人员开展“送清凉”慰问。



公司工会为一线员工“送清凉”慰问活动

### 案例：“文轩童心小天地”暑期托管班暖心护航

紧扣全国总工会“推动职工子女托育托管服务”工作要求，聚焦双职工家庭暑期子女看护难题，开办“文轩童心小天地”暑期托管班，解决双职工家庭暑期子女看护难题。以“赋能孩子全面成长”为补充目标，6 期累计服务职工子女 260 余人次，切实为员工排忧解难，让员工安心投入工作。



“文轩童心小天地”暑期托管班

公司以文体活动为载体，丰富员工业余生活，弘扬企业文化，营造积极和谐的工作氛围。报告期内，本公司举办第四届文轩艺术节，包含书画、摄影、征文及歌唱大赛等多项主题比赛，开展观影活动，组织书法爱好者兴趣小组书法讲座、三八节主题活动、羽毛球友谊赛等，并成立了“新华文轩羽毛球兴趣小组”，引导员工积极参与体育锻炼，增强身体素质与团队凝聚力，提升员工幸福感和归属感。



庆祝三八妇女节主题活动



2025 年职工羽毛球友谊赛



匠心·品质与创新同行

winshare 文轩

# 追求卓越产品

## 治理

本公司以制度建设为基础，构建覆盖全公司及下属各出版传媒、印刷单位的多层次产品质量治理体系，公司层面统筹制定《出版物质量管理实施办法》等一系列适用于全公司的产品质量核心管理制度，明确选题审核、内容管控、印装质量检查等核心环节的标准与要求，搭建统一的质量治理框架，各下属单位在公司统一框架下，结合自身业务特点制定配套《选题三级论证制度》《图书三审三校制度实施办法及相关奖惩办法》《出版物选题把关实施细则》《印制质量管理办法》《教材教辅印装质量抽检办法》《产品因质量回收处理流程》等实施细则，形成上下联动、贴合实际的多层级质量管理体系；专设质量管理部门统筹推进全公司产品质量工作，明确各层级质量管控责任，推动质量管理体系规范化、标准化落地，实现“全链条管控、全过程监督、数字化赋能、结果强关联”，全方位保障出版物导向合规、编校合格、印装达标。公司积极推动质量管理体系认证建设，四川新华印刷已取得 ISO 9001 质量管理体系认证，认证范围涵盖出版物的印刷。



## 战略

本公司坚守产品质量，践行社会责任与企业使命。聚焦出版物选题管控、产品质量保障、教材教辅印装质检三大关键板块，完善制度体系、细化管控策略、强化执行力度，推动产品质量持续提升。

### 出版物选题管理

公司严控导向底线，强化选题管控，确保选题工作合规有序；实行三级审核制，规范选题论证、申报、批复执行等环节。对部分存在意识形态风险或与出版社定位不符的选题，采取分类处置措施，全年未出现任何导向问题。

### 产品质量保障

公司实行质量管理员印厂负责制，全程质量监管、责任到人；建立半成品检查、批量抽检和入库样书检查相结合的多级监督机制，形成完整的质量治理闭环；持续组织旗下出版传媒单位开展日常内容审读与质量检查工作和年度图书质检工作，组建阅评专家队伍召开图书阅评工作座谈会，全面提升产品质量。

### 教材教辅印装质检

公司严格遵循国家标准开展质量指标判定工作，推行承印单位印装质量积分制，将质量抽检、生产过程检查等情况纳入积分体系，形成承印单位优胜劣汰机制，督促承印单位切实增强质量责任意识；严格把控原辅材料采购、印前、印刷、装订等全环节，强化过程监管与多级检查，极端天气下额外增加破坏性测试频次，全方位保障教材教辅印装品质。



“课前到书、人手一册”

## 影响、风险和机遇管理

本公司在出版运营过程中，始终面临与内容安全和印装质量相关的管理挑战：



### 意识形态风险

若对相关政策理解不到位，或在选题策划、内容编审等环节未能有效落实管理要求，缺乏责任机制，可能导致内容导向偏差，影响行业信誉与企业形象。



### 产品质量风险

若编校、印制、装订等环节管控不严，易出现错别字、排版错误或印装瑕疵，影响读者体验和品牌口碑。



### 合规管理风险

源于制度执行不到位、流程疏漏或合规意识不足，可能引发监管关注或舆情风险。

尽管面临上述挑战，公司亦识别出显著的可持续发展机遇。通过持续提升出版物的内容品质与印装标准，强化全过程质量控制，公司可把握品牌提升机遇，进一步塑造“文轩出品、品质保障”的公众认知，增强读者忠诚度，并吸引更多优质作者与渠道合作伙伴。同时，在满足多样化阅读需求的基础上，公司具备延伸知识服务链条、拓展教育出版、数字内容等细分市场的市场拓展机遇，为可持续增长注入新动能。



为有效应对相关风险，公司建立覆盖全流程的防控机制：

### 内容管理

组织各出版传媒单位开展多项检查与自查工作，重点覆盖“三审三校”流程执行、从业人员资质、新媒体账号运营、报刊内容及经营合作等关键环节，全面排查潜在质量与合规隐患。针对检查发现的问题和隐患，要求各出版单位逐一进行整改，严格按照“三审三校”等出版流程开展出版工作，督促相关单位限期落实整改，确保出版全流程合规可控。



### 印刷质量

设立质量管理机构及专用售后专线，保障反馈渠道畅通；建立分级分类处理机制，未出厂问题通过过程检查与入库抽检杜绝流出，对已流入市场问题严格执行退书流程；形成“标准化、闭环式、可追溯”的售后服务与质量缺陷处理流程，按“投诉接收与初步分析—现场处置与问题书回收—责任确认与系统闭环—内部复核与统计分析—事后回访与持续改进”五个阶段推进处置工作；将退书情况纳入《承印单位印装质量积分制》及综合评价体系，与承印单位业务配额、经济利益挂钩。



### 投诉处理

对本公司出版的大众图书，均在每本图书的版权页上留有联系电话，收集读者的各类反馈意见，针对有印装质量问题的产品，保证及时退换，对读者反映的编校问题，及时给予回应，并在图书再版加印时进行修订。对本公司出版的教材教辅产品，在每本教材教辅图书版权页标注专用联系电话，收集读者各类反馈意见，并设立专门的质量管理机构进行处理。有质量问题的产品，若未到用户手上，针对具体情况要求印刷厂整改或者报废；若到用户手上，则按退书流程，回收换货并登记。并通过“开学后质量回访”等主动服务主动收集市场反馈。对本公司的互联网销售平台客户的投诉，建立了客诉处理机制，由专岗审查网络平台留言并做好工作对接，主管牵头协同内部查找投诉深层原因，专人全程对接客户，妥善解决疑问与不满，将处置结果转化为经营管理优化举措，持续改进经营管理水平，主动提升服务质量与客户满意度。



通过上述举措，公司不仅有效防范了意识形态、产品质量与合规管理中的潜在风险，更将质量管理成果转化为品牌价值提升的契机，为可持续发展夯实基础。

## 指标与目标

### 报告期内

公司审批图书、电子音像出版物年度选题及增补选题共计 **119** 批次 **7,832** 种，建议撤销选题

**11** 种，安排履行重大选题备案 **31** 种，安排审读敏感选题稿件 **509** 种。

全年共组织四审书稿 **385** 种，报刊 **400** 余期，审读字数超过 **6,000** 万字；组织开展新书  
质量检查 **4** 次，共检查图书 **226** 种，约 **5,228** 万字。累计完成教材教辅抽检 **2,900** 批次。



报告期内本公司共收到产品及服务的投诉 **955** 起，

投诉解决率为 **100%**。



报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故 **0** 件。



未来，本公司将持续深化全链条出版物质量治理体系建设，坚守意识形态安全与产品质量核心底线，不断完善选题审核、内容审读、印装管控、售后处置一体化闭环管理机制，持续强化教材教辅全流程质量监管，进一步畅通读者反馈渠道，提升投诉响应效率与问题处置质量，切实履行出版传媒企业的社会责任与文化使命。



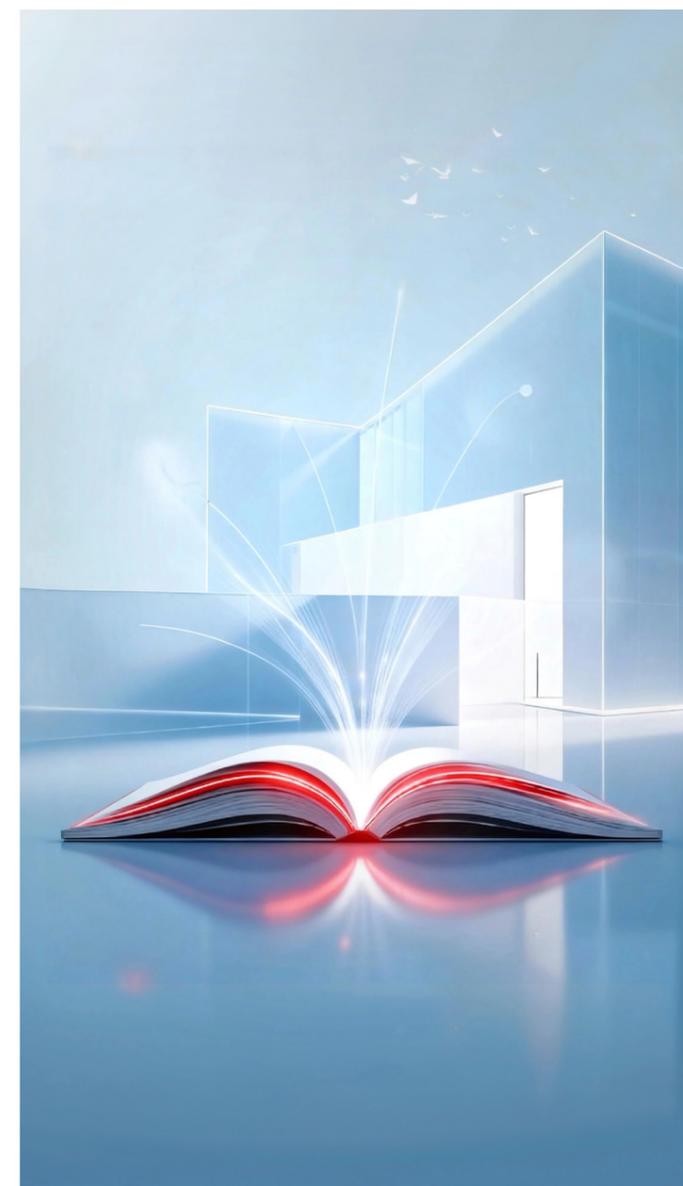
## 引领数字创新

本公司持续推进数字化转型战略，推动新技术与出版发行主业深度融合，持续满足用户多元化需求。报告期内，公司研发投入金额 4,012.77 万元，占主营业务收入的 0.35%。

### 数智赋能运营升级

公司围绕数字化转型战略，组建了专项工作组并设有专门机构统筹推进数智化转型规划及落地，深度融合 AI、大数据等先进技术，推动业务全链条创新。公司在运营、商品、渠道全面推进数字化与精细化升级，在运营环节上线自动化营销主图生成系统，构建效果归因可视化与动态定价体系，并依托数据挖掘与 AIGC 技术提升内容策划及宣发效率；商品端持续完善多 SKU 运作体系与分类分级运营机制，借助数字化工具优化选品模型，积极开拓数字内容等新品类市场；渠道端加大新媒体电商布局并搭建多元直播矩阵，完善自播运营体系、深化达人协同，有效提升重点新品新媒体宣发效能，实现新媒体电商销售增速 25% 以上，同时精准拓展垂类平台渠道，借助关键营销节点与文化惠民活动，实现社会效益与经济效益协同增长。

公司子公司四川文轩在线电子商务有限公司入选“2025 年四川省数字经济企业 100 强”（第 34 位），“组织出版运营平台建设规划”项目荣获“2025 年数据要素 X”大赛四川分赛商贸流通赛道三等奖，持续夯实市场竞争优势。根据 2025 年 6 月中宣部印刷发行局与中国新闻出版研究院联合发布的全国出版物发行业务发展报告，稳居全国出版物网上零售前三强。



## 合作创新融合出版

本公司基于以“文轩网”为核心构建的全媒介布局、多场景运营电商集群，驱动内容策划与产品设计，开发更契合读者新需求的多形态阅读产品，推动出版端与渠道端融合发展。公司联动技术创新与资源整合，组织开展 2025 年度出版融合发展工程重点项目推广交流会，推介 8 个入选国家新闻出版署 2025 年出版融合发展工程优秀项目，充分发挥示范引领作用。



构建全渠道发行，推动出版融合发展



### 案例：四川天地出版社有限公司多介质联动模式

四川天地出版社有限公司积极布局融合出版，构建了纸质书、有声书、电子书及短视频、动漫视频多介质联动模式，有声品牌“天地童声”在喜马拉雅平台积累粉丝 42.90 万人，上架作品 45 个。



### 案例：四川文艺出版社有限公司双核心融合出版项目

四川文艺出版社有限公司推进少年儿童数字文化产业促进项目，核心成果“思政智汇”小程序已成功发布，获得 19,756 人次访问量，整合四川省内多个红色基地及专业机构资源，打造上百条红色文化专栏内容，开展系列主题活动覆盖省内数百所学校、影响近百万人，带动图书销售码洋破百万；同时推进“文艺出版高质量数据集”项目，整合巴蜀多元文化艺术优质出版资源，通过结构化采集、智能关联等技术建立数字资源库，开发知识图谱与场景化应用，该项目已入选四川省文化数字化建设重点项目，获得四川省“文化大数据体系建设项目”支持，并在第六届中国出版业知识服务大会 2024-2025 中国数字出版产业年度报告发布会上，入选中国新闻出版研究院出版业新一代信息技术创新应用案例。

## 多元化数字化阅读

本公司持续丰富数字化阅读场景供给，优化服务体验。打造了集购书、阅读资讯、数字阅读、阅读活动于一体的“文轩九月”平台，满足读者阅读需求。在 2025 天府书展期间，公司继续以“文轩九月”微信小程序为云世界主展场，联动天猫、京东、拼多多、抖音、唯品会、学习强国等多平台设立分展场，组织线上线下多家店铺及供应商共同参与，服务覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市）。公司精选优质图书、听书、电子书等资源，组织开展“躲进书里过秋天”等特色活动，通过作者寄语、视频展播等形式，构建“读、听、看、互动”沉浸式场景，增强全民阅读活动吸引力。



“文轩九月”微信小程序

## 教育数智化提质

公司围绕数智化转型战略，致力于促进信息技术与教育教学深度融合，不断丰富大数据、数智化在教育服务领域的应用场景，提升作为智慧教育服务机构的综合实力。报告期内，公司打造的“文轩优教”平台接入 AI 大模型，搭建了 79 款 AI 智能体教育应用；打造的“文轩优选”推动了教育服务场景与大众阅读需求的深度融合，教学模式迭代革新，为用户提供了更加多元、便捷的一站式购书体验；开展第二届“数字化赋能学校高质量发展”系列活动——“名师轩讲汇”，为四川省教育数字化转型提供了有力支持。截至报告期末，“文轩优教”平台累计访问量达 302.78 万人次，服务人数 58.17 万人。

截至报告期末

“文轩优教”平台累计访问量达

**302.78** 万人次

服务人数 **58.17** 万人

## 构建韧性供应链

本公司坚持环境保护、资源节约与循环低碳的发展方向，将可持续发展理念深度融入供应链管理体系，构建绿色、高效、负责任的全链条供应生态。本公司积极推动绿色采购实践，优先选择对资源节约有益且环境影响最小的原材料、产品与服务，不断加强对供应链的环境管理，以实现更高效的供应商评估、选择与持续管控，推动供应链的绿色转型与可持续发展。

### 绿色采购政策

本公司针对核心供应商类别（包括印刷商、图书供应商即印刷物资原材料供应商）分别制定了专项供应商管理办法，旨在保障产品与服务质量，持续强化供应链的 ESG 表现。

#### ● 印刷商

本公司在印刷商选择与管理中，建立了“全周期、嵌入式、精细化”管理政策。通过制定并实施《承印单位印制管理办法》《印制质量管理办法》等制度，明确了印刷商在产品品质、交付周期、环境合规及社会责任等方面的要求。本公司实行严格的资质审核与评级机制，所有承印单位须满足“三证齐全”（营业执照、印刷经营许可证、中国环境标志产品认证证书）等基础准入条件，并根据产品类别执行分级分类要求，实现对印刷产品质量的管控。实施《承印单位印装质量积分制》和《印制周期积分管理办法》，从多个维度对印刷商进行打分，形成积分排名与业务量直接挂钩的激励与约束机制。对重复出现质量问题的印刷商，采取取消下一季承印资格直至全面退出等措施；对存在严重质量问题或造成重大社会影响的单位，严格执行资格取消程序，确保供应链风险可控。

#### ● 图书供应商

本公司建立了多维度、分层次的图书供应商准入与管理制度，严格遵循高质量、重合同、守信用的原则，针对不同成立年限的供应商设立差异化的评估标准，从市场规模、编辑实力、品牌力等关键维度进行综合评价。公司建立了以质量为核心的分类评价与动态管理机制，通过信息登记、合同约定、履约跟踪及定期沟通实施全过程管理，对不符合要求的供应商采取约束或退出措施。此外，对于教学用书供应商，公司明确要求其严格遵守国家环保政策，要求其优先采用环保型原材料（如环保油墨与纸张）与绿色生产工艺，并对环境标志产品证书等关键资质进行审核。

#### ● 印刷物资原材料

本公司全面贯彻“绿色采购原则”，制定了《供应商管理办法》《采购管理办法》，要求所有参选单位参加比选的产品必须符合国家相关质量标准，满足《环境管理 环境标志和声明 自我环境声明（II 型环境标志）》《环境标志产品技术要求 印刷第一部分：平版印刷》《书刊装订用 EVA 型热熔胶使用要求及检测方法》的各项技术和环保要求；所采用的纸张、热熔胶、油墨、版材、化工辅料等关键材料必须获得国家级绿色环保“十环”认证，并提供与产品匹配的检测报告或其他权威认证材料、VOCs 排放报告、MSDS 产品安全技术说明书等绿色资质证明，以确保产品在生产、使用和废弃处理过程中对环境的影响降到最低。

### 供应链风险管理

在供应链管理中，本公司持续关注采购、验收、使用及库存全流程的协同与规范性，防范因环节衔接不畅或管理疏漏所引发的成本超支、交付延误、产品损毁或质量不达标等问题，从而保障企业经济利益与运营稳定。公司将供应链风险归纳为环境、质量、安全、库存的维度，以提升供应链的整体质量、交付稳定性与风险防控能力，形成持续优化、良性循环的供应链生态。

#### 🔍 供应链风险

风险维度	风险描述	应对措施
环境风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商在生产过程中使用不符合国家环保标准的原辅材料而导致的产品有害物质超标、违规排放等风险，导致环境行政处罚，并损害公司品牌声誉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求供应商必须使用符合国家绿色印刷标准的原材料</li> <li>关键材料指定从合规供应商采购，确保环保可控</li> <li>将“中国环境标志产品认证”等作为供应商准入的必备条件</li> </ul>
质量风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商质量管控缺失，导致产品出现批量不合格等严重质量问题，影响使用并可能引发重大舆情</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求供应商建立并执行覆盖生产全流程的质量管理制度与检测台账</li> <li>执行高于行业的企业质量标准，并通过现场巡检、抽样检查及数字化平台进行严格监督</li> <li>强制要求供应商配备必要的在线或离线质量检测设备</li> </ul>
安全风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应安全风险：供应商生产中断、交付延迟导致产品无法按期交付等</li> <li>生产安全风险：生产场地缺乏安全防护、应急处置机制不健全等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>实施《印制周期积分管理办法》，量化监控交付履约，违约扣分并与订单分配挂钩</li> <li>将“具备突发事件处理能力”作为供应商准入条件，并要求其建立售后快速响应与备货机制</li> </ul>
库存风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>库存管理机制不完善，可能导致库存损坏变质、丢失或价值贬损；若未基于市场需求分析与及时预警而确定库存，可能导致库存积压、周转缓慢及资金占用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立并执行科学的库存管理制度，包括基于市场需求的预测与预警机制，以及符合物资特性的规范化仓储保管与巡检流程</li> </ul>

### 供应链风险管理成效

通过上述风险管理措施的实施，本公司供应链的稳健性与可持续性得到显著提升。在质量方面，供应商过程管控的主动性增强，产品质量稳定性持续提高，本年度未发生批量不合格事件。在交付方面，周期积分管理有效强化了供应商的履约纪律，有力保障了教材“课前到书”任务的圆满完成。在风险控制方面，严格的准入筛查、动态的积分监控与闭环的退出机制，使得重大环保违规、质量事故及严重交付延误风险得到有效预防。同时，基于量化积分的动态评价体系推动资源向优质供应商倾斜，不仅优化了供应链结构，还激励了合作伙伴共同提升技术与管理水平，形成了良性循环、持续优化的供应链生态系统，为公司业务的长期稳定发展奠定了坚实基础。

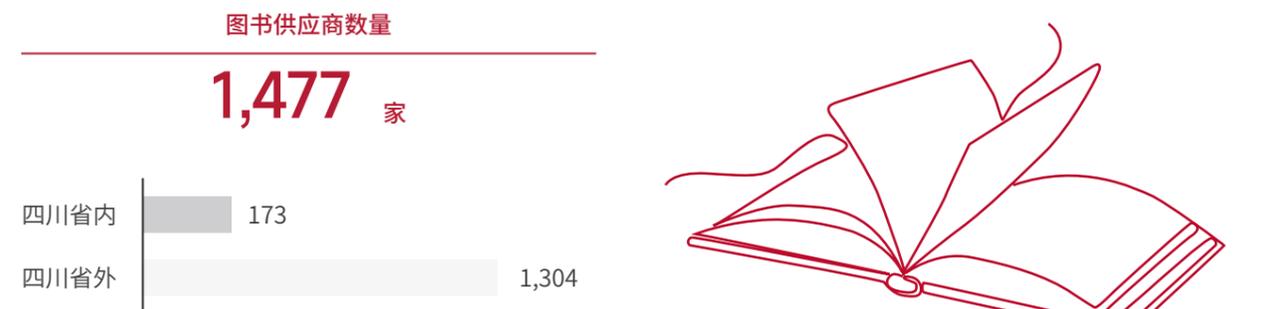
### 供应商尽职调查

本公司严格遵循供应商管理办法对供应商进行考察，旨在建立高效的管理体系。公司对供应商进行全面的品质评估，评估内容涵盖管理水平、环保标准、品质规范与标准、检验方法等多个方面。报告期内，公司主要供应商均提供了涵盖印刷版材、热熔胶、橡皮布、预涂膜等主要经营产品的第三方专业质检报告，检测结果均符合绿色印刷要求。



截至报告期末，公司应付账款（含应付票据）余额未超 300 亿元，占总资产比重未超 50%，且在国家企业信用信息公示系统无逾期未支付中小企业款项信息。

报告期末，本公司主要合作供应商数量如下：



### 精益物流网络

本公司聚焦出版发行主业，以物流数智化转型与服务能力提升双轮驱动，在保障主营业务、优化资源配置、深化质量管控等方面取得显著成效，为公司供应链高效运转提供了坚实支撑。公司上线“物流运营平台”，推进内部管理流程线上化与集成化；完成“包件智能分拣设备”在西南、华东区域的正式投用，推动快递分拣效率提升 30%，包件整体揽收时效缩短近 2 小时。公司高效完成“课前到书”、天府书展、时政读物发行等重大项目的物流服务保障工作；持续推进出版前置仓建设，助力出版社实现异地印刷、就近入库。通过优化仓配流程提升电商发货时效，单仓单日发货达 50 万单；通过优化加工仓作业流程，全年承接线下覆膜、组套、预包装等加工作业 3,326 万册，较 2024 年同期增加 6.7%。公司持续优化“999”质量目标管理体系，实现“超级订单”100% 满足。通过可视化订单跟踪系统，运输订单 GPS 覆盖率提升至 43%，整体运输时效履约率达 99.2%。公司通过移仓整合等措施释放仓储资源，完成电商四仓缓动商品移仓 120 万册、释放托盘货位千余个，以优化库存结构，提升空间利用率与作业协同效率。

心若远

创无界



## 行稳·治理与风控基石

本公司将廉洁治理作为企业基石，通过制度完善、教育强化和监督问责构建反腐败长效机制。全面风险管理体系覆盖战略、运营及合规各领域，实现对重点风险的系统化管控。知识产权保护形成线上线下协同治理格局。以体系化设计推进数据安全建设，通过技术嵌入和持续运营确保信息安全与业务发展同步演进。

# 坚持廉洁从业

本公司始终坚持“零容忍”态度惩治腐败，不断完善反腐败制度，通过加强宣传教育培训，强化日常监督，不断提高反腐败风险防控能力。通过办案引领风腐同查同治，坚持由风查腐、由腐纠风，持续释放失责必问、问责必严的强烈信号，将严的基调一贯到底。

## 完善反腐败制度体系

本公司始终遵循防止贪污、反腐倡廉的国际通行准则，严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国监察法》等国家法律法规，以及党的规章制度和党风廉政建设相关规定，坚定不移推动全面从严治党向纵深发展。公司组织各单位、各部门系统梳理廉洁风险关键点，制定对应防控措施，构建齐抓共管的风险防控格局。

本公司通过建立健全反腐败制度体系，严格执行《纪检监察机关处理检举控告工作规则》以及公司《投诉举报制度》，耐心听取来访人员反映的问题，做好解疑释惑和情绪疏导工作，妥善处理问题；对于检举控告，严格执行问题线索集体研判制度，精准运用“四种形态”，依纪依规查办违纪违法案件；严格执行保密机制，保护信访人的合法权益，维护信访秩序，防止损害本公司及股东利益的行为发生。报告期内，本公司未发生贪污诉讼案件。

为确保举报渠道的有效性与安全性，公司明确要求对举报人信息予以严格保密，相关人员需严格遵守工作纪律，禁止以任何形式违规记录、存储、复制或泄露履职中知悉的举报内容、案件材料及敏感信息；接待来访及处理事宜须规范言行，维护组织的严肃形象，工作人员离岗时，须按规定清退所有涉密载体和案件材料，并接受脱密期管理，签署保密承诺书，以全面落实全周期的保密责任。

为持续完善公司治理，本公司正在推进商业道德风险评估及审计工作，并致力于在未来逐步将审计覆盖范围扩展至公司全部核心业务流程，以量化指标来提升公司的道德治理水平。

## 强化反腐监督与培训

本公司坚定不移强化政治引领，聚力“两个责任”开展政治监督，严格执行“第一议题”制度，每半年专题研究一次全面从严治党、党风廉政建设和反腐败工作，持之以恒推进全面从严治党；持续贯彻落实“一岗双责”，年初与领导班子成员、各机构主要负责人签订廉洁从业承诺书，年底开展述责述廉与廉洁从业评价工作，并将结果纳入个人党风廉政建设考核内容，作为干部选拔任用、评先评优以及所在单位和部门党风廉政建设责任制考核的重要依据，推动将党风廉政建设与生产经营工作同部署、同落实、同检查、同考核。

本公司持续强化“不敢腐”的高压震慑，完善“不能腐”的制度机制，提升“不想腐”的思想自觉，注重党规党纪和反腐倡廉的宣传教育。开展党纪党规廉洁教育专题培训，强化纪律意识；发放辅导读物、警示教育读本，悬挂宣

传挂图，强化宣传教育；组织参观廉洁教育基地、观看警示教育片、通报典型案例等形式，开展经常性反腐倡廉警示教育；紧盯“关键少数”和重要节点，通过电话和发送廉洁短信，强调纪律要求；通过工会主题活动、内部杂志专栏等形式，营造崇廉拒腐的浓厚氛围。报告期内，公司通过线上学习、现场培训、短信教育等方式，对旗下各部门及子公司开展廉洁教育 8,000 余人次，实现了从干部到基层员工的全面覆盖。接受线下反商业贿赂及反贪污培训的人次如下：

### 截至报告期末

接受反商业贿赂及反贪污培训的董事	接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层	接受反商业贿赂及反贪污培训的员工总人次
<b>25</b> 人次	<b>186</b> 人次	<b>1,124</b> 人次
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事百分比	受反商业贿赂及反贪污培训的管理层百分比	接受反商业贿赂及反贪污培训的员工百分比
<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>16%</b>

### 案例：“党纪法规学习及廉洁风险提示”专题廉洁教育培训

2025 年 5 月至 11 月之间，公司纪检监察室以“党纪法规学习及廉洁风险提示”为主题，对公司各机构开展廉洁教育专项培训工作。

纪检监察室负责人对《国有企业管理人员处分条例》、新修订的《中国共产党纪律处分条例》及本公司《责任追究实施办法》《奖惩制度》进行深度解读。培训围绕党纪法规红线、违反中央八项规定精神典型表现、重大经济事项决策规范及业务活动风险点等展开剖析，以身边事教育身边人，强化“学纪、知纪、明纪、守纪”的思想自觉。通过将纪律要求内化于心、外化于行，引导党员干部及关键岗位员工筑牢廉洁从业防线，增强合规履职意识，在公司内部形成防微杜渐、有原则、有底线的廉洁文化氛围，为国有企业可持续发展提供坚实的纪律保障与行为规范支撑。



教育服务事业部廉洁培训



阅读服务事业部廉洁培训



四川巴蜀书社有限公司廉洁教育培训



四川少年儿童出版社有限公司廉洁教育培训

## 管理运营风险

### 健全合规管理体系

公司依据《中华人民共和国公司法》《中央企业合规管理办法》《中央企业合规管理指引》等相关规定，结合公司实际，制定《合规管理办法》。该制度建立了自上而下的合规管理组织体系，明确党委、董事会、审计委员会、管理层、合规管理工作领导小组、合规管理工作办公室及其他机构的职责。公司按照分级管理的合规管理运行机制，形成业务及职能部门直接负责、合规管理工作牵头部门组织、审计和纪检部门监督的三道线管理格局。

### 加强风险管理建设

本公司建立了包含董事会、审计委员会、风险管理工作领导小组、法务与风险管理部等机构组成的全面风险管理组织体系，制定《全面风险管理办法》。董事会负责风险管理及内部管控机制的建立健全和有效性评估，通过审计委员会对本公司风险管理及内部管控效能进行持续检讨，风险管理工作领导小组负责组织落实公司风险管理工作，法务与风险管理部具体组织及协调内控及风险管理工作。

公司通过行业调研、管理层访谈、问卷调查相结合的方法，识别与评估目前面临或潜在的风险，从风险发生可能性、风险发生带来的影响以及应对有效性三个维度，对识别出的风险进行分类及排序，形成贴合公司实际情况的风险库，同时借助统计分析手段，确定年度风险排名，并编制《年度风险评估报告》。本公司建立专项风险应对和日常风险应对机制，明确风险应对措施和实施计划。

公司高度重视 ESG 重点领域风险管理，除持续强化对市场、财务、企业文化、投标等传统风险的管控外，环境风险、产品质量、社会责任、外部政策、市场竞争、公司治理等更广泛的可持续发展议题也被纳入系统化的风险识别与评估流程，将 ESG 风险全面整合进战略决策与日常运营。公司致力于构建更具韧性的发展模式，主动应对长期挑战并把握转型机遇。

## 保护知识产权

为规范品牌及商标的使用，夯实品牌及商标保护工作，本公司将《品牌使用管理制度》和《商标管理办法》合并修订为《品牌管理制度》，对品牌的授权、使用和监督，以及商标的使用、转让和权益保护做出了详细规定。本公司对所持有的商标进行全面统筹管理，确保商标信息的准确性和完整性，并与委托的商标代理机构，对商标权益进行全面保护，有效促进了品牌及商标价值的提升，确保公司合法权益得到切实维护，为公司的品牌发展提供坚实的法律保障。截至报告期末，公司持有商标数量 364 个，续展成功商标数量 7 个，无新申请商标，公司有效专利数 16 个。

本公司始终将版权保护作为核心工作，严格遵守《中华人民共和国著作权法》等相关法规，以“全链条防控、多维度维权、深层次赋能”为核心理念，构建了一套覆盖版权管理、侵权打击与生态共建的完整保护体系，维护原创权益与市场秩序，防范不正当竞争行为。公司通过全面强化出版业务流程的合规性，依法取得著作权人许可、签订书面授权合同；编辑加工严格遵守合理使用与法定许可的规定，规范引用、摘录及改编行为，从源头保障著作权人合法权益与市场秩序。公司旗下四川数字出版传媒有限公司建设运营基于区块链技术的“知信链”版权服务平台，该平台已获国家网信办备案及网络出版服务许可，实现与四川省版权局数据互通，为用户提供技术存证与行政确权的双重保障。报告期内，公司未发生因不正当竞争行为引起的诉讼或重大行政处罚。

公司严格维护市场秩序，坚决打击盗版侵权与不正当竞争行为。在线下实体市场，公司旗下出版社针对重点侵权行为开展专项整治，联合知识产权机构发起多轮维权行动，对侵权商家提起诉讼并协调执法部门开展排查打击，有效维护了市场秩序。在线上平台，公司旗下出版社建立“购买鉴定—证据固定—平台投诉”快速响应机制，依托电商平台知识产权保护通道，实现侵权链接 24 小时内下架，全年累计处理盗版链接百余条。同时，公司子公司四川数字出版传媒有限公司利用监测技术对全网渠道进行扫描，通过区块链技术固定侵权证据，并组建专业团队开展溯源调查，协同公安、文化执法等部门对侵权源头实施打击，捣毁盗版窝点，形成从线上发现到线下查处的治理闭环。通过上述维权举措，公司有效净化了市场环境，维护了品牌声誉与消费者权益，实现了社会效益与经济效益的统一。



# 捍卫数据隐私

## 治理

本公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，坚持个人信息收集和使用的合法、正当、透明和必要原则，加强员工信息安全和保密意识，严格规范授权流程。公司制定了《个人信息安全管理指引》，进一步规范管理公司个人信息数据处理活动；实施《网络安全管理制度》《数据备份管理指南》《文轩在线电子商务系统信息安全》等规定的管理流程，加强员工对客户信息的保密和安全意识，确保客户个人信息的合法、正当使用。公司设立数字化转型工作领导小组，将安全能力建设融入整体技术发展战略，响应国家关于意识形态与网络安全工作的部署要求，在保障业务稳健运营的同时，不断提升企业的核心技术实力与长期竞争力。

## 战略

本公司深入贯彻国家关于意识形态与网络安全的重要精神，将信息安全与隐私保护纳入企业整体安全战略。以“体系化设计、模块化嵌入、阶段化推进”为核心策略，围绕安全管理、安全技术、安全运营三大维度构建安全开发体系，制定了信息系统安全管理办法及处理方案，捍卫信息安全与数据隐私，完善防护机制、升级安全技术，筑牢网络安全屏障，全方位推动意识形态与网络意识形态管理工作走深走实。

安全管理	公司全面落实网络安全方针策略、管理制度与操作规范，建立了覆盖信息系统全生命周期的标准化管控机制，从而提升整体网络安全管理能力。
安全技术	公司采用模块化设计理念，将安全防护能力深度融入技术架构的各个层级，致力于构建自动化的主动安全防御体系，实现安全与业务的深度耦合。
安全运营	公司聚焦持续监测与动态响应，打造闭环安全管理能力，确保安全防护措施能够伴随业务发展同步演进。公司定期开展渗透测试、漏洞扫描、基线核查、应用上线评估及重大活动保障，同时建立应急预案并组织定期演练，以持续提升实战化应急响应能力。

## 影响、风险和机遇管理

为确保数据隐私与信息安全，本公司识别了相关风险：

 <p>保密管理风险</p>	若各机构对涉密信息的保护意识不足，未能充分利用文件加密等技术手段进行管理，或保密措施执行不到位，可能导致公司涉密信息外泄。
 <p>信息安全风险</p>	若缺乏有效的信息安全策略及措施，未对网络安全、数据安全、个人信息隐私安全等进行有效地识别和保护，可能导致信息系统遭受外部攻击、数据泄露、公司遭受监管处罚、名誉和经营受损。
 <p>信息技术风险</p>	若信息系统规划缺失、未能随业务发展调整，或其软硬件无法有效支撑管理需求、运维不当，可能导致系统无法满足业务需求，影响运行稳定性。

面对上述数据与信息安全风险，本公司在积极防范的同时，亦将其转化为推动企业发展的战略机遇。强化数据安全与客户隐私保护是提升品牌形象与把握市场信任机遇的关键，公司可以通过参与权威隐私安全认证并将其作为市场亮点进行宣传，同时建立透明、高效的客户隐私沟通与投诉响应机制，以巩固客户信心并构建差异化竞争优势。应对安全挑战的需求将带来技术创新机遇，公司能够通过系统规划并升级数据安全技术，面向专业技术人员开展前沿的网络安全培训，鼓励将新技术应用于主动防御等具体场景，从而推动整体技术实力的持续迭代与提升。

为有效应对相关风险，公司制定了加密脱敏、权限管控、主动防御等应对措施：

针对信息保护意识不足与措施执行不到位的风险，本公司通过对敏感字段进行去标识化与加密脱敏处理、依据岗位设定最小必要访问权限并严格审核批量数据导出、以及持续开展全员培训并与合作伙伴签订安全协议来加强防护。针对信息安全风险，本公司定期升级防火墙并开展渗透测试以构建主动防御体系，同时对 API 通信实施加密并推行 HTTPS 及 VPN 协议以保障传输安全，并完善了数据安全管理制度。针对信息技术风险，本公司通过定期进行系统安全检测、修复漏洞并升级技术，确保信息系统持续适配公司发展与安全管理需求。

## 指标与目标

报告期内，公司根据国家网络安全等级保护制度，对公司官方网站、“文轩优学”系统等开展网络安全等级保护测评 2 次，累计完成漏洞扫描检测 68 次、渗透测试 1 次，已对系统进行优化与安全加固，全面保障网络消费过程中的信息安全性。截至报告期末，公司未发生数据安全事件及泄露客户隐私事件。

未来，公司将持续完善数据安全与隐私保护管理体系，深化技术防护与流程管控协同，通过提升数据治理能力与应急响应水平，构建更安全、可信的数字化服务环境，为客户信息与隐私权益提供坚实且长效的保障。



## 致远·社会价值共创

本公司立足出版发行主业,以高度的文化自觉和使命担当,推进中华优秀传统文化的保护、传承与创新性发展,聚焦“文化”与“教育”,积极回应所在社区的精神文化需求。公司通过传承中华文化、支持教育事业等形式,推动优质文化资源下沉基层,增强社区文化凝聚力。依托实体门店及文轩网等线上平台,联动学校、社区与公益组织,常态化举办读书会、文化讲座、亲子共读等公益活动,实现经济效益与社会效益的有机统一。报告期内,公司对外捐赠累计投入资金约 3,525.59 万元。

## 传承中华文化

### 保护古籍及民族文化

公司立足自身行业特色和专业优势，将出版规划与文化遗产深度结合，持续推进三苏文化、蜀道文化（含三国文化）、三星堆等重大文化出版工程，系统推进冷门绝学与四川历史名人出版项目，全面加强中华优秀传统文化的系统性整理与活化传播。

2025 年，公司组织所属出版单位聚焦巴蜀文明核心资源，累计出版 64 种三星堆系列出版物，涵盖学术研究专著、大众普及读物、原创文学、少儿科普绘本等多个领域，及时回应社会关切，产生广泛社会影响。其中，三苏文化系列已出版《寻访苏东坡》《自爱自在：苏东坡的生活哲学》等 67 种图书、共 1,231 册，《眉州三苏》助力新时代家风家教培育，《叶嘉莹论苏轼词》输出蒙古文、西班牙文版权，《少年苏东坡传奇》两个月发行 2.3 万套；蜀道文化已出版《蜀道十讲》《蜀道山水关隘文献集成》等多种图书。2025 年新增《幽幽蜀道情》等 8 种图书，计划推出《蜀道遗产丛书·文化遗产（第二辑）》等新作，让中华优秀传统文化在当代焕发新生。

#### 报告期内

本公司旗下出版单位出版的《古蜀文明研究丛书》等 8 个项目入选国家出版基金项目，《王士禛蜀道行纪文献校注》等 9 个项目入选国家古籍整理出版资助项目，《寻找甘宇》《符号时代：信仰与早期中国》等 4 种图书入选（入围）2024 年中国好书年榜（2025 年公布），《大汉寨》《寻梦天宫：中国空间站建设全纪实》《云朵上的石椅村》等一大批主题图书双效俱佳，入选省重点出版物补助资金资助项目、省重大文艺扶持项目等重要规划。



## 引领全民阅读

本公司始终以推动文化传播、促进民族进步为己任，倡导全民参与、全民共享的阅读理念，深耕文化服务场景，创新活动形式与传播载体，让阅读融入日常，持续为构建书香社会注入文化动能，彰显国有文化企业的使命担当。

公司深耕校园、高校、社区、乡村、家庭等多元场景，开展分层分类阅读服务。报告期内，公司以第 30 个世界读书日为契机，紧扣“深化全民阅读氛围、推动书香社会建设”主题，联动各级党委、政府、高校、文旅机构等多方力量，构建“线上线下联动、全域场景覆盖”的阅读推广矩阵。4.23 世界读书日期间，积极配合各地举办 30 余场“书香天府·全民阅读”启动仪式，通过主题图书展销、图书捐赠、科技+AI 体验等多元活动，点燃群众阅读热情，实现优质阅读资源向基层延伸。



科技+AI 体验活动



“青春”图书市集



“百店同步直播”大型活动



“世界读书日”主题航班



“生动典藏·熊猫阅读”活动



#### 案例：四川省第三届“书香天府·全民阅读”大会

2025 年 4 月 25 日，四川省第三届“书香天府·全民阅读”大会在眉山启幕，在大会特设的“四川好书”展区中，公司入选的 18 种图书集中亮相，涵盖主题出版、文学艺术、青少年读物等六大类，展现川版图书的深厚底蕴与创作实力。公司作为“四川好书”评选活动的核心参与方，自 2019 年评选启动以来，已有 141 种川版图书获此殊荣，每本好书都凝聚着创作者与出版从业者的智慧，为全民阅读提供优质内容供给。



## 加强同业交流

公司积极搭建文化交流平台,通过举办、参与各类书展及行业活动,促进出版资源整合与行业经验共享,丰富阅读内涵,提升文化传播影响力。

报告期内,公司以天府书展为核心载体,打造高水平同业交流与文化展示平台,同时积极组织参与多项国际性文化展会,展示四川出版成果与文化形象,以书展为纽带开展行业研讨、版权交流等活动,为同业合作与文化传播搭建坚实桥梁。



### 案例：2025 天府书展打造同业交流与文化传播高地

2025 天府书展于 10 月在四川成都举办,以“书香满天府 安逸读四川”为主题,采用“线上线下融合、展示展销结合、业内业外聚合”模式办展,吸引国内 30 余家出版传媒集团、600 余家出版发行单位、1,000 余家馆配机构参展,展示展销各类图书 80 余万种,为行业内资源整合、经验共享提供了优质平台。

本届书展在主会场核心区域首次设立“真理之光——党的创新理论出版成果展”,展示习近平总书记重要著作及相关读物 750 余种;针对性设置银发阅读专区、“Z 世代”特色阅读专区,兼顾大众阅读需求与行业展示功能;引入国际书店及世界非遗文化商品,首设法兰克福书展专区,促进中外出版同业交流。书展期间持续开展书香天府惠民月活动,推出票根联动、书影联动赠票等惠民举措,累计吸引 6,300 余万人次线上线下逛展,图书及文创产品实现销售码洋 1.09 亿元,馆配馆建交易会采选码洋 3.05 亿元,在深化同业合作的同时,实现文化传播与惠民实效双提升。



### 案例：亮相第 33 届全国图书交易博览会

第 33 届全国图书交易博览会于 2025 年 7 月 25 日至 28 日在重庆举行,本届大会以“书香中国 阅读之美”为主题,汇聚全国千余家出版发行单位参展。

本公司作为四川展团核心参展单位,携 3,000 余种精品图书精彩参展,集中展示各出版单位在主题出版、巴蜀文化传承与创新方面的精品力作,系统呈现近年来高质量发展成果,围绕“锦绣天府·安逸四川”主题,集中呈现荣获中宣部“五个一工程”奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖及“中国好书”年度榜单的精品力作,同步推出反映成渝地区双城经济圈建设成就的《成都传》、生态文学 IP《孩子,你终将长大:熊猫康吉的远行》等重点出版物,全方位展现公司内容厚度与时代关切。本公司位列参展单位热力榜 TOP5;四川天地出版社有限公司《口袋里的超级坦克》单品销量跻身全场 TOP4,市场认可度持续提升。



新华文轩获评“公益捐赠先进单位”



四川展区



阅读活动



“熊猫书店”快闪店

## 赋能国际传播

本公司积极响应“走出去”战略，着力加强国际传播能力建设，持续输出图书版权，设立中外联合编辑部，以专业聚焦的人文视野，积极推进亚洲经典著作互译项目，推动国际文化交流互鉴，助力中国文化走向世界。

2025 年，公司持续推动优质川版图书“走出去”，系统推进版权输出与实物出口工作，累计输出各类图书版权 508 项，旗下 9 家出版社全部入选“2025 中国图书海外馆藏影响力 100 强”。公司及旗下 5 家单位、1 个项目入选“2025-2026 年度国家文化出口重点企业及重点项目”，14 个项目入选 2025 年度“经典中国国际出版工程”和“丝路书香出版工程”，入选数量创历年新高。积极组织参与多项国际性文化展会，包括意大利博洛尼亚书展、塞尔维亚中国主题图书节、北京国际图书博览会等，系统展示四川出版成果与文化形象，举办“歌声筑心桥 德国留学生眼中的中国——《原来中国长这样》新书发布会”“《1932—1945 年日本生物战部队在中国进行的医学人体实验》中、英文版新书首发式”等重点新书发布活动，为中外文化交流搭建重要桥梁。

天府书展期间，公司成功举办“一带一路”出版合作研讨会、天府文学周——“中国文学走出去”版权交流推介会等活动，以图书为媒介深化文明对话。持续推进中国—尼泊尔、中国—柬埔寨经典著作互译项目，并获选中国—马来西亚、中国—文莱经典著作互译项目主承办单位，推动中外出版合作向机制化、深层次发展，不断提升中华文化国际影响力。

### 报告期内

旗下 **9** 家出版社全部入选“2025 中国图书海外馆藏影响力 100 强”

公司及旗下 **5** 家单位、1 个项目入选“2025-2026 年度国家文化出口重点企业及重点项目”

**14** 个项目入选 2025 年度“经典中国国际出版工程”和“丝路书香出版工程”



## 支持教育事业

本公司敏锐洞察行业发展趋势，积极整合各类优质资源，全力推动融合发展，积极在教育信息化、研学与劳动实践、教师培训等领域进行布局。

## 践行协同育人

本公司深化家庭、学校、社会协同育人机制建设，依托“文轩优学”平台整合优质教育资源，围绕教育公平与服务可及性，推动教辅选购、家校沟通、家庭教育指导等核心场景的系统化集成。通过渠道下沉与技术优化，覆盖四川省约 6,000 所中小学校，服务学生家长超 450 万名，其中乡村学校及学生占比超过 70%，有效缓解城乡教育资源配置不均问题，助力教育公平落地见效。

本公司依托“文轩家长学校”平台，联合四川省教育学会、《教育导报·家教周刊》及各地教育部门，持续开展“家庭教育进校园”公益巡讲，累计开展线上线下讲座 30 场，线下参与近万人次，线上直播观看超 30 万人次。同时，着力打造数字传播阵地，推出短视频栏目《父母“家”油站》聚焦成长难题，邀请专家、名师分享科学育儿理念，2025 年制作并发布短视频 70 期，采访专家学者 35 位，总播放量超 100 万次，单期平均播放量达 1.5 万次，有效提升了家庭教育资源的可及性。

此外，公司承办由四川省教育厅、四川省妇女联合会主办的四川省家庭教育公益宣传活动天府家长“慧”2025 年第三期，邀请省内外专家以“共沐书香 相伴成长”为主题进行分享，围绕“亲子共读”为家长和孩子提供切实可行的阅读指导。2025 年 9 月起，在成都、南充、泸州、西昌举办 4 场线下讲座，聚焦“生涯规划”“身心健康”“隔代养育”等主题，活动同步通过“四川教育发布”视频号、“文轩优学”视频号、四川广播电视台科教频道等平台播出，有效扩大公益覆盖范围。期间，公司精选适合亲子阅读的优质图书 1,200 册赠送给到场家长，助力营造家庭阅读的良好氛围，累计吸引超 1,000 名家长现场参与，单期活动视频播放量突破 6 万次。



“天府家长慧”活动



“文轩家长学校”校园公益巡讲

## 深化研学活动

本公司始终致力于推动学生德智体美劳全面发展，培养高素质的创新型、复合型、应用型人才，将“五有”研学（有课程、有营地、有导师、有实践、有评价）作为核心发展路径。报告期内，紧密围绕国家“教育强国”战略和四川省委、省政府推动文旅深度融合的决策部署，深化模式创新与资源整合，先后与广元苍溪、广安武胜、成都金堂等地政府签署 6 项政企合作协议，推动“县区统筹、文轩运营”模式在更多区域落地生根。



研学课程

本公司坚持以课程为引领，持续迭代优化现有通识课程与地方特色课程体系，全年新增及优化课程 28 套；累计研发完成 552 套通识课程与地方特色课程，不断完善特色劳动与实践教育课程体系，非遗文化、科技研学等主题课程内容不断丰富拓展。报告期内，不断强化基地（营地）运营，实现遂宁市青少年综合实践营地、广元市利州区中小学劳动与实践教育营地常态化运营；建立合作基地评价体系，对全省 235 家合作基地（营地）开展安全、服务、质量全维度评价。

## 推进教师培训

公司聚焦教师发展进步，整合优质教育资源，提供有宽度、有深度、有温度的教师培训服务，为教师继续教育搭建专业培训服务平台，针对乡村教育管理干部及教师开展专项培训，助力提升教育教学与管理能力，以满足课堂内外教育教学需求，落实立德树人根本任务，助力国家教育高质量发展。



### 案例：定向赋能县域教育人才，助力基层教育高质量发展

2025 年 8 月，公司组织壤塘县中小学副校长、教导主任 30 人赴成都开展为期 5 天的能力提升培训，围绕“教育家精神涵育、管理能力提升、技术融合应用、思政教育强化”四大维度系统设计课程，通过专题授课、案例分享与实地观摩相结合的方式，全面提升参训人员的专业素养与实践能力，拓宽教育视野，增强学校治理现代化水平，为当地基础教育高质量发展提供人才支撑。



教师培训

## 投身公益实践

## 太阳星公益行动

公司深耕乡村教育公益领域，自 2013 年起连续 13 年开展“太阳星公益行动”，关注乡村校长及教师群体发展，致力于帮助乡村学校提升日常管理能力、文化建设水平与教育教学质量，通过组织专家现场及线上指导、宣传乡村教育振兴行动中涌现出的典型人物和先进事迹，激发学校内生动力、培育学校特色、推动课堂教学改革，系统支持联盟学校实现全面可持续发展。



“太阳星公益行动”校长培训



### 案例：赋能乡村教育管理骨干，推动优质教育资源下沉基层

2025 年 11 月，公司在广元组织开展乡村教育管理干部专项培训，吸引来自成都、内江、巴中、宜宾、绵阳、广元等地的近 80 名乡村学校书记、校长、副校长等管理干部参训。本次培训为期 3 天，聚焦“校长课程领导力”主题，通过专家讲座、专题研讨、案例分析、案例观摩等形式，切实提升参训人员理论和实践水平，持续推动优质教育资源向基层延伸。

## 乡村振兴行动

本公司深入贯彻落实国家乡村振兴战略，充分发挥国有文化企业资源优势，聚焦四川民族地区发展需求，以四川省阿坝藏族羌族自治州壤塘县为重点帮扶区域，系统推进文化赋能、产业振兴、教育支持与民生改善。

### 壤塘县

本公司以四川画报社有限公司为托底帮扶执行单位，围绕产业发展、品牌传播、民生改善等方面开展系统性帮扶。通过出版《看熊猫》杂志壤塘特刊，联动天府广场公共大屏开展免费公益宣传，举办壤塘藏历木蛇年新年、壤巴拉节、天府书展阿坝展区等标志性文旅活动，推动非遗文化走向大众视野；通过打造集阅读服务、技能培训、托育服务与文创展销功能为一体的壤塘县首个综合性公共文化地标，填补当地综合性公共文化服务空白。联合第三方电商平台开展专属视频拍摄与直播带货，推进非遗“藏香”市场化进程；采取“以购代捐”方式，全年直接采购壤塘农特产品 222.62 万元；通过云店开展 19 场主题直播，在成都购书中心设立“壤塘产品专柜”，并在公司食堂搭建宣传场景，推动帮扶产品融入职工福利体系，搭建线上线下联动的可持续销售网络。组织党政干部、学校管理人员及教师开展 9 场培训交流，覆盖 400 余人次，助力提升基层治理与教育管理能力。



壤巴拉节活动现场



藏历木蛇新年活动



阿坝展区非遗活动



壤塘县副校长及教导主任培训



壤塘县文旅人才交流学习

### 其他帮扶

本公司始终牢记社会责任，积极投身于四川省内各县市推动的乡村振兴行动。从产业、基础设施、教育、文化惠民等多方面开展一对一的帮扶工作，惠及四川省绵阳市盐亭县螺祖镇新星村、广元市利州区龙潭乡红心村四组村、南充市南部县河坝镇海塘井村及凉山州美姑县峨曲古乡曲吉瓦拖村等十几个村落。结合各村实际情况，明确工作责任及目标任务，每月上门关心帮扶对象，防止返贫致贫，助力乡村振兴。

此外，本公司策划出版《地理标志保护运用与乡村振兴衔接机制研究》《乡村振兴理论与四川实践研究丛书》等系列主题图书，总结四川县城乡融合与共同富裕发展路径，为乡村振兴提供理论支撑与实践参考。该系列图书紧扣国家战略与地方发展实践，充分体现公司作为国有文化企业在服务公共政策研究和基层治理创新中的责任担当，进一步提升本公司在政产学研界的影响力与品牌辨识度，厚植在文化服务领域的专业优势。

## 公益捐赠

本公司坚守文化企业社会责任，聚焦教育支持、文化惠民、乡村振兴等领域开展多元公益实践，以文化资源与专业能力反哺社会。公司持续面向基层与教育领域开展公益捐赠与文化服务，向地方图书馆、基层党组织、农村党员、学校及公共文化空间捐赠优质图书与学习资料；积极参与“三下乡”等基层文化服务活动，丰富群众精神文化生活。同时，公司聚焦教育公平与人才培养，向高校及教育基金会提供公益支持，用于资助困难学生、改善办学条件，助力教育事业高质量发展。



### 案例：“书香暖神州”图书捐赠活动

2025 年第四届全民阅读大会“书香暖神州”图书捐赠活动，公司共向 7 所学校及 8 个边远地区农家书屋捐赠图书 10,736 册，码洋约 38 万元。配合省级部门向甘孜州康定市中小学校捐赠图书 1,559 册，码洋约 6 万元；在老年教育活动中向老年人群体捐赠图书 520 册，码洋约 3 万元。



书香暖神州图书捐赠

指标	单位	数据
乡村振兴总投入	捐赠金额	2,339.46 万元
社会公益总投入	捐赠的资金金额	3,525.59 万元

# 附录

## 上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引》内容索引

维度	序号	议题	对应位置
环境	1	应对气候变化	二、（一）应对气候变化
	2	污染物排放	二、（二）管控环境排放
	3	废弃物处理	二、（二）管控环境排放
	4	生态系统和生物多样性保护	二、（二）管控环境排放
	5	环境合规管理	二、（二）管控环境排放
	6	能源利用	二、（二）管控环境排放
	7	水资源利用	二、（三）高效利用资源
	8	循环经济	二、（二）管控环境排放 二、（三）高效利用资源
社会	9	乡村振兴	六、（三）投身公益实践
	10	社会贡献	六、（一）传承中华文化 六、（二）支持教育事业
	11	创新驱动	四、（二）引领数字创新
	12	科技伦理	四、（一）追求卓越产品
	13	供应链安全	四、（三）构建韧性供应链 四、（四）精益物流网络
	14	平等对待中小企业	四、（三）构建韧性供应链
	15	产品和服务安全与质量	四、（一）追求卓越产品
	16	数据安全与客户隐私保护	五、（四）捍卫数据隐私
	17	员工	三、（一）保障员工权益 三、（二）守护健康安全 三、（三）赋能职业成长 三、（四）传递组织关怀
可持续发展相关治理	18	尽职调查	五、（二）管理运营风险
	19	利益相关方沟通	一、（二）深化沟通机制
	20	反商业贿赂及反贪污	五、（一）坚持廉洁从业
	21	反不正当竞争	五、（三）保护知识产权

## 香港联合交易所《环境、社会及管治报告守则》内容索引

层面	一般披露及关键绩效指标	对应位置
<b>A. 环境</b>		
A1: 排放物	一般披露：有关废气排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。注：废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。有害废弃物指国家规例所界定者。	二、（二）管控环境排放
	A1.1 排放物种类及相关排放数据。	二、（二）管控环境排放
	A1.3 所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	二、（二）管控环境排放
	A1.4 所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	二、（二）管控环境排放
	A1.5 描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	二、（二）管控环境排放
	A1.6 描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	二、（二）管控环境排放
A2: 资源使用	一般披露：有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。注：资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。	二、（三）高效利用资源
	A2.1 按类型划分的直接及 / 或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	二、（三）高效利用资源
	A2.2 总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	二、（三）高效利用资源
	A2.3 描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	二、（三）高效利用资源
	A2.4 描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	二、（三）高效利用资源
	A2.5 制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	二、（三）高效利用资源
A3: 环境及自然资源	一般披露：减低对环境及自然资源影响的政策	二、（二）管控环境排放 二、（三）高效利用资源
	A3.1 描述业务活动对环境及自然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	二、（二）管控环境排放 二、（三）高效利用资源

层面	一般披露及关键绩效指标	对应位置
<b>B. 社会</b>		
<b>雇佣及劳工常规</b>		
	一般披露：有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	三、(一) 保障员工权益 三、(三) 赋能职业成长 三、(四) 传递组织关怀
<b>B1：雇佣</b>	B1.1 性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	三、(一) 保障员工权益
	B1.2 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	三、(一) 保障员工权益
	一般披露：有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	三、(二) 守护健康安全
<b>B2：健康与安全</b>	B2.1 过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	三、(二) 守护健康安全
	B2.2 因工伤损失工作日数。	三、(二) 守护健康安全
	B2.3 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	三、(二) 守护健康安全
	一般披露：有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。注：培训指职业培训，可包括由雇主付费的内外部课程。	三、(三) 赋能职业成长
<b>B3：发展及培训</b>	B3.1 按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比。	三、(三) 赋能职业成长
	B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	三、(三) 赋能职业成长
	一般披露：有关防止童工或强制劳工的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	三、(一) 保障员工权益
<b>B4：劳工准则</b>	B4.1 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	三、(一) 保障员工权益
	B4.2 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	三、(一) 保障员工权益
<b>营运惯例</b>		
	一般披露：管理供应链的环境及社会风险政策。	四、(三) 构建韧性供应链
<b>B5：供应链管理</b>	B5.1 按地区划分的供货商数目。	四、(三) 构建韧性供应链
	B5.2 描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目，以及相关执行及监察方法。	四、(三) 构建韧性供应链

层面	一般披露及关键绩效指标	对应位置
<b>营运惯例</b>		
	B5.3 描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	四、(三) 构建韧性供应链
<b>B5：供应链管理</b>	B5.4 描述在拣选供货商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	四、(三) 构建韧性供应链
	一般披露：有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	四、(一) 追求卓越产品
	B6.1 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	四、(一) 追求卓越产品
<b>B6：产品责任</b>	B6.2 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	四、(一) 追求卓越产品
	B6.3 描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	五、(三) 保护知识产权
	B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。	四、(一) 追求卓越产品
	B6.5 描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	五、(四) 捍卫数据隐私
	一般披露：有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的：(a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	五、(一) 坚持廉洁从业
<b>B7：反贪污</b>	B7.1 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	五、(一) 坚持廉洁从业
	B7.2 描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	五、(一) 坚持廉洁从业
	B7.3 描述向董事及员工提供的反贪污培训。	五、(一) 坚持廉洁从业
<b>社区</b>		
	一般披露：有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	六、(一) 传承中华文化 六、(二) 支持教育事业 六、(三) 投身公益实践
<b>B8：社区投资</b>	B8.1 专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	六、(一) 传承中华文化 六、(二) 支持教育事业 六、(三) 投身公益实践
	B8.2 在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	六、(一) 传承中华文化 六、(二) 支持教育事业 六、(三) 投身公益实践

层面	一般披露及关键绩效指标		对应位置
<b>气候相关披露</b>			
D: 气候相关披露	(I) 管治	管治	二、(一) 应对气候变化
		气候相关风险和机遇	二、(一) 应对气候变化
		业务模式和价值链	二、(一) 应对气候变化
	(II) 策略	策略和决策	二、(一) 应对气候变化
		财务状况、财务表现及现金流量	二、(一) 应对气候变化
		气候韧性	二、(一) 应对气候变化
		(III) 风险管理	风险管理

层面	一般披露及关键绩效指标		对应位置
<b>气候相关披露</b>			
D: 气候相关披露	(IV) 指标及目标	温室气体排放	二、(一) 应对气候变化
		气候相关转型风险	二、(一) 应对气候变化
		气候相关物理风险	二、(一) 应对气候变化
		气候相关机遇	二、(一) 应对气候变化
		资本运用	二、(一) 应对气候变化
		内部碳定价	N/A
		薪酬	二、(一) 应对气候变化
		行业指标	二、(一) 应对气候变化
		气候相关目标	二、(一) 应对气候变化
		跨行业指标及行业指标的适用性	二、(一) 应对气候变化

**winshare 文轩**

**新华文轩出版传媒股份有限公司**  
Xinhua Winshare Publishing and Media Co.,Ltd.

地址：成都市锦江区三色路 238 号新华之星 A 座

邮编：610000

网址：[www.winshare.com.cn](http://www.winshare.com.cn)