

2025 | 年度

# 可持续发展报告

Sustainability Report



# 目录

关于本报告	04
董事长致辞	06
走进皖新传媒	08
公司概况	08
发展历程	09
发展战略	10
企业文化	10
数说 2025	11
年度荣誉	12
可持续发展管理	14
可持续发展治理	14
可持续发展能力	15
利益相关方沟通	16
重要性议题分析	17
专题一 书香皖新：文化惠民共筑精神家园	18
打造城市文化地标	18
推进书香城市建设	20
助力区域文化传播	22
弘扬中华优秀传统文化	24
专题二 数字皖新：AI 赋能推动产业转型	26
智慧阅读	26
智慧教育	27
智慧物流	28
未来展望	80
附录	82



## 01 治理篇 规范运营 筑牢发展基石

坚持党建引领	32
完善公司治理	34
优化客户服务	41
引领科技创新	47

## 02 环境篇 绿色转型 擘画生态蓝图

应对气候变化	52
环境合规管理	55
推进节能减排	56
提升环保意识	58

## 03 社会篇 同心同行 共建和谐社会

关心关爱员工	64
携手伙伴共赢	70
落实安全生产	74
投身社会公益	76

# 关于本报告

## ● 报告周期

本报告详细披露了安徽新华传媒股份有限公司 2025 年度在践行 ESG 理念、履行社会责任和创造社会价值等方面的理念、管理、行动和成效。皖新传媒自 2017 年起披露社会责任报告，自 2024 年起披露可持续发展报告，公司已连续 8 年发布社会责任 / 可持续发展报告。

## ● 时间范围

时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，考虑到披露信息的连续性，部分内容适度向前或向后延伸。

## ● 报告范围

如无特别说明，本报告组织范围包括安徽新华传媒股份有限公司及其下属公司。

## ● 称谓说明

报告中，安徽新华传媒股份有限公司简称“皖新传媒”“公司”或“我们”，安徽新华发行（集团）控股有限公司简称“集团”，安徽新华教育图书发行有限公司简称“教图发行公司”，安徽新华图书音像连锁有限公司简称“新华图书公司”，安徽新华供应链管理有限公司简称“皖新供应链公司”。

## ● 编制依据

全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准（GRI Standards）》

联合国可持续发展目标（SDGs）

国务院国资委《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》

上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》《上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》

中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）》

## ● 编制流程

前期对标研究—利益相关方关注点调查—了解关注点—报告策划—框架搭建—素材收集—文稿编制—内部研讨—排版设计—意见征求—校对修订—管理层评审—董事会审议—定稿发布。

## ● 质量保证

本报告披露的信息和数据来源于公司统计报告和正式文件，披露数据与年报有出入，以年报为准。如无特别说明，本报告所示金额均以人民币列示。本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对其内容的真实性、准确性和完整性负责。

## ● 发布形式

本报告以电子文档形式发布，可在上海证券交易所（<https://www.sse.com.cn>）网站以及公司官方网站投资者关系专栏（<https://www.wxm.com/>）下载阅读。为减少印刷对环境产生的影响，我们倡导读者尽可能下载阅读电子文件。如果您想了解更多信息，可通过浏览公司官方网站、微信公众号或年度报告获得补充。



## 董事长致辞

2025 年，是“十四五”规划圆满收官之年，是“十五五”规划谋篇布局之年，也是皖新传媒在高质量发展与可持续发展道路上厚植根基、蓄力前行的关键一年。回望 2025 年，我们始终坚定文化自信、坚守育人初心，把服务国家战略与满足人民精神文化需求紧密结合起来，全力推动皖新传媒在改革攻坚中迸发转型动能，在强基固本中夯实治理根基，在守正创新中优化文化供给，在提质增效中增强发展韧性。

### 这一年，我们坚持治理为先，筑牢稳健发展根基。

围绕治理体系和治理能力现代化建设，依法取消监事会，由董事会审计委员会承接其监督职权，通过制定与修订若干项管理制度，进一步优化治理架构、厘清权责边界，推动决策更科学、执行更有力、监督更有效。我们把 ESG 作为提升治理效能与价值创造能力的重要抓手，出台《公司环境、社会和治理（ESG）管理制度》，明确组织架构、职责分工与工作流程，推动 ESG 要求嵌入经营管理活动中，以高质量披露回应市场关切、增强投资者信心。

### 这一年，我们坚持绿色为要，践行低碳共生理念。

积极响应国家“双碳”目标，将绿色低碳理念融入生产经营和日常管理。持续推进包装材料循环利用、实施分布式光伏发电项目并探索水资源回收利用路径。2025 年，皖新供应链公司全年二次回收利用各类包装材料 57 万余张，建成覆盖约 6600m<sup>2</sup> 的光伏系统，有效提升能源利用效率，降低运营成本。围绕门店和公共文化空间运营，部分门店设立二手书交换区，探索旧书回收积分奖励机制，积极推动生态环保要求融入书店规划建设、日常运营与服务管理，探索形成可复制、可推广的绿色书店建设路径。

### 这一年，我们坚持担当为本，彰显和谐社会价值。

始终以满足员工美好生活需要为出发点和落脚点，不断畅通员工发展渠道；升级打造总部职工书屋，满足员工多元成长需求，努力让每一位员工在企业发展中共享成果、在共同奋斗中实现价值。聚焦文化惠民主线，我们与 100 多家农家书屋结对共建，推动优质文化资源直达基层。厚植书香社会底色，我们以阅读推广为抓手、以品牌建设为牵引，所属合肥元·书局与亳州伊顿庄园店荣获实体书店创新大会“年度最美书店”称号，“皖新传媒读者节”活动获评全省“十佳阅读推广活动”，社会效益与文化影响力进一步彰显。

### 向“新”发力，以“质”致远。

展望 2026 年，我们将站在“十五五”规划的新起点，始终高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，以更坚定的信念、更饱满的热情、更务实的举措，持续完善公司治理与 ESG 体系建设，不断增强企业核心竞争力与长期韧性，为建设社会主义文化强国、满足人民美好精神文化生活需要作出更大贡献！

安徽新华传媒股份有限公司 董事长

张克文



# 走进皖新传媒

## 公司概况

皖新传媒是集文化服务、教育服务、全供应链管理等产业于一体的大型国有控股文化企业，近年来，公司在夯实传统主业基础上积极培育新型文化业态，不断完善产业布局，持续推进数字化转型。截至 2025 年底，公司拥有全资、控股子公司 100 多家，在安徽、江苏、上海等地运营 791 个销售网点，形成覆盖安徽全省、辐射周边的完整出版物分销服务及教育服务体系，构建完善的仓储物流供应链管理体系。

### 文化服务业务

深化全民阅读服务体系，以“皖美阅读”品牌为核心，通过线上线下融合开展主题阅读活动，推动公共文化服务提质增效。政企服务、文化电商与公共文化服务业务进一步整合，依托数智化平台提升服务精准度与运营效率。文创产品开发与 IP 运营能力增强，逐步构建“内容 + 产品 + 场景”的文化消费生态。

### 教育服务业务

以“服务教育现代化”为目标，构建覆盖学前教育、K12 教育、职业与高等教育、智慧教育的综合服务体系。在传统教材教辅发行基础上，重点拓展智慧校园建设、课后服务、研学实践、教师培训、产教融合等增值服务，并依托人工智能与大数据技术，推动“内容 + 平台 + 服务”的个性化教育解决方案落地。

## 主营业务

### 全供应链管理业务

持续优化以文化物流、制造业物流与民生物流协同发展的供应链服务体系，依托“大数据 +”物流平台推动仓储、配送、管控流程数字化，进一步强化实时感知、智能调度与可追溯能力，服务于内部业务协同与外部第三方客户。

### 其他文化相关业务

音像出版具有盘配书、音像、电子、网络出版、广播影视节目制作和经营资质。游戏业务持续开展游戏产品发行、运营、研发等服务。投资业务围绕文化、教育及相关科技领域，通过直投与基金投资等方式开展投资工作。

## 发展历程



## 发展战略

公司继续秉持“服务终身学习，创造美好生活”的企业使命，紧紧围绕文化强国、教育强国、科技强国战略，立足文化服务、教育服务、全供应链管理三大产业体系，以深化转型升级和推动高质量发展为核心主线，在巩固“数字皖新”建设成果的基础上，聚焦“创新驱动、数智赋能、绿色转型、开放协同”四大方向，系统推进发展动能转换与产业结构优化，通过实施“文化+”“教育+”“科技+”深度融合，重点发展全民阅读服务、智慧教育服务、数字文化创新、智慧物流体系，培育以人工智能应用、数据要素驱动、绿色供应链为特色的新质生产力；着力构建覆盖全学段、全场景的终身学习教育服务体系，创新全民阅读服务模式，提升公共文化服务供给质量；持续深化改革、提升治理效能，着力实现产业链协同增效、创新链能级跃升、价值链持续拓展，努力向科技引领、全国一流的现代文化教育综合服务集团迈进。

## 企业文化



### 企业使命

服务终身学习，创造  
美好生活



### 企业愿景

科技引领、全国一流的  
现代文化教育综合  
服务集团



### 企业核心价值观

创新、创业、创造

## 数说 2025

### 经济类绩效



营业收入

**80.02** 亿元

归母净利润

**8.01** 亿元

总资产

**192.01** 亿元

### 社会类绩效



员工人数

**5818** 人

销售网点

**791** 个

总营业面积

**34.63** 万平方米

年开展活动

**2.59** 万场

线下年服务读者数

**3057.45** 万人次

### 环境类绩效



用电量

**2180.28** 万千瓦时

总耗水量

**38.49** 万吨

用气量

**9.62** 万立方米

## 年度荣誉



### 皖新传媒

荣获“上证鹰·金质量奖之 ESG 奖”

荣获“上市公司金牛奖之金信披奖”

“皖新传媒读者节”荣获安徽省“十佳阅读推广活动”称号

“一本漂流的书”荣获安徽省“十佳阅读推广活动”称号

“以 EPCO 模式打造高品质公共文化服务体系”入选中国新华书店协会“创新经营案例”

### 新华图书公司

荣获“省级优秀馆配商”

“小手文具”荣获第十届书业非书经营推展“特色自有文创品牌”

### 教图发行公司

荣获多家出版社“优秀经销商”称号

### 安徽皖新国际旅行社

荣获“2024 年度安徽省旅游行业十佳旅行社”

“跟着课本游安徽”荣获“2024—2025 年度研学品牌课程”

荣获“2024—2025 年度研学服务品牌单位”

### 合肥元·书局

荣获“实体书店创新大会·年度最美书店”

入选“第三批长三角人文经济典型案例”

### 亳州伊顿庄园店

荣获“实体书店创新大会·年度最美书店”

黄山滨江路店、六安皖西书城店、阜阳图书城店、滁州图书城店、宿州银河路店、宣城宛陵湖店等 32 家门店

荣获第七届“全民阅读·书店之选”之“百佳阅读推广单位”“十佳门店”称号

合肥三孝口店、淮南人民公园店、蚌埠财大店、淮南谢家集店等 9 家门店

荣获第七届“书业阅读空间推展”活动之“标杆大书城”“优秀基层店”“最 IN 校园店”“格调社区店”等称号

### “元小鳌” IP

“元小鳌课堂”入选“2025 科普阅读推广典型案例”

“元小鳌”直播间荣获“年度成长性新媒体”

“元小鳌广播站”直播间荣获第十届年度书业营销推展“新锐主播”

# 可持续发展管理

## 可持续发展治理

公司积极响应国家政策和监管要求，将可持续发展理念系统融入公司发展战略和经营管理过程中，在“十五五”规划中统筹部署 ESG 工作。推动 ESG 工作与公司战略规划、经营管理和日常运营协同联动，明确责任分工，强化部门协作，促进各层级、各单位形成工作合力，为公司长期稳健发展和价值创造夯实基础。

### 治理架构

构建由董事会统一领导及战略与可持续发展委员会统筹指导、公司管理层组织协调，各部门和所属单位协同落实的三层级治理架构，明确职责分工和运行机制，确保 ESG 工作有章可循、有序推进，为公司可持续发展工作提供组织保障。

层级		职责
 决策层	董事会	制定整体战略与长期发展目标，监督公司 ESG 实施情况。
	战略与可持续发展委员会	
 管理层	公司管理层	制定年度 ESG 行动计划，管理并协调资源，促进目标落实。
 执行层	ESG 执行小组	制定具体、量化的 ESG 指标体系，定期跟踪监测各项 ESG 指标，制定并组织实施改进措施和行动计划，及时反馈 ESG 工作中的问题和建议。

### 制度建设

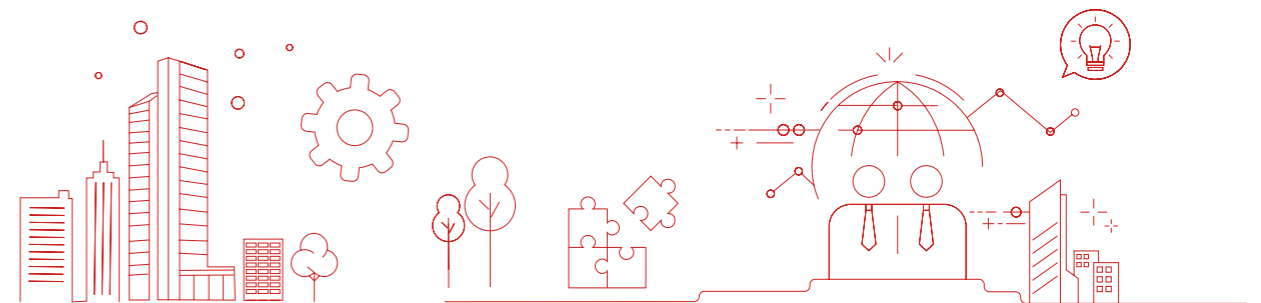
积极落实《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》等法律法规与监管要求，制定《安徽新华传媒股份有限公司环境、社会和治理 (ESG) 管理制度》，并不断完善公司管理制度体系，推动 ESG 理念融入公司经营决策与管理流程。

## 可持续发展能力

公司高度重视 ESG 管理能力建设，围绕年度管理提升目标，编制并推进 2025 年 ESG 管理体系提升工作台账及任务分解清单，明确重点事项、责任部门与时间节点，并通过过程跟踪与闭环管理强化执行力度，推动 ESG 要求以制度流程的方式嵌入日常经营，持续提升 ESG 管理水平。同时，邀请 ESG 领域专家在公司内部开展专项培训，围绕 ESG 政策要求、董事会治理责任及信息披露规范等重点内容系统宣贯，强化员工对信披规则与工作要点的理解与把握，为 ESG 工作的规范化、专业化推进夯实基础。



皖新传媒邀请 ESG 专家开展 ESG 专项培训会



## 利益相关方沟通

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 政府及监管机构	规范治理 信息披露 依法纳税 履行社会责任 环境合规 文化传播	配合督导 持续沟通汇报 依法合规纳税 提升履责能力 加强环境管理 开展文化教育活动
 投资者与股东	稳健运营 合规经营 业绩增长 价值提升 股东权益保护 信息透明 创新引领	股东会 信息披露 业绩说明 投资者沟通 多渠道反馈 定期披露 技术创新
 员工	薪酬福利保障 员工关怀 职业发展 民主参与	健全人事制度 关心关爱员工 组织教育培训 畅通沟通渠道
 客户与消费者	产品质量 安全保障 客户服务 投诉响应 信息安全	加强产品与服务质量管理 推进产品宣传与规范管理 开展客户满意度调查 建立客户投诉管理机制 加强信息安全管理与保护
 供应商与行业伙伴	公平竞争 互利共赢 行业发展 采购透明	合规经营 战略合作 标准建设 供应商管理
 社区与公众	文化担当 价值传播 环境保护 公益慈善 志愿服务 乡村振兴	优化书店布局 举办文化活动 提升环保意识 社会捐赠 组织志愿服务活动 文化资源共享

## 重要性议题分析

公司严格遵循《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）》要求，结合企业实际与行业对标，围绕环境、社会及治理三个维度梳理议题 23 项，同时开展影响重要性问卷调查和财务重要性议题评估，从“对经济、社会和环境的影响重要性”和“对公司财务的重要性”两个维度进行评估和排序，形成双重重要性议题分析矩阵。

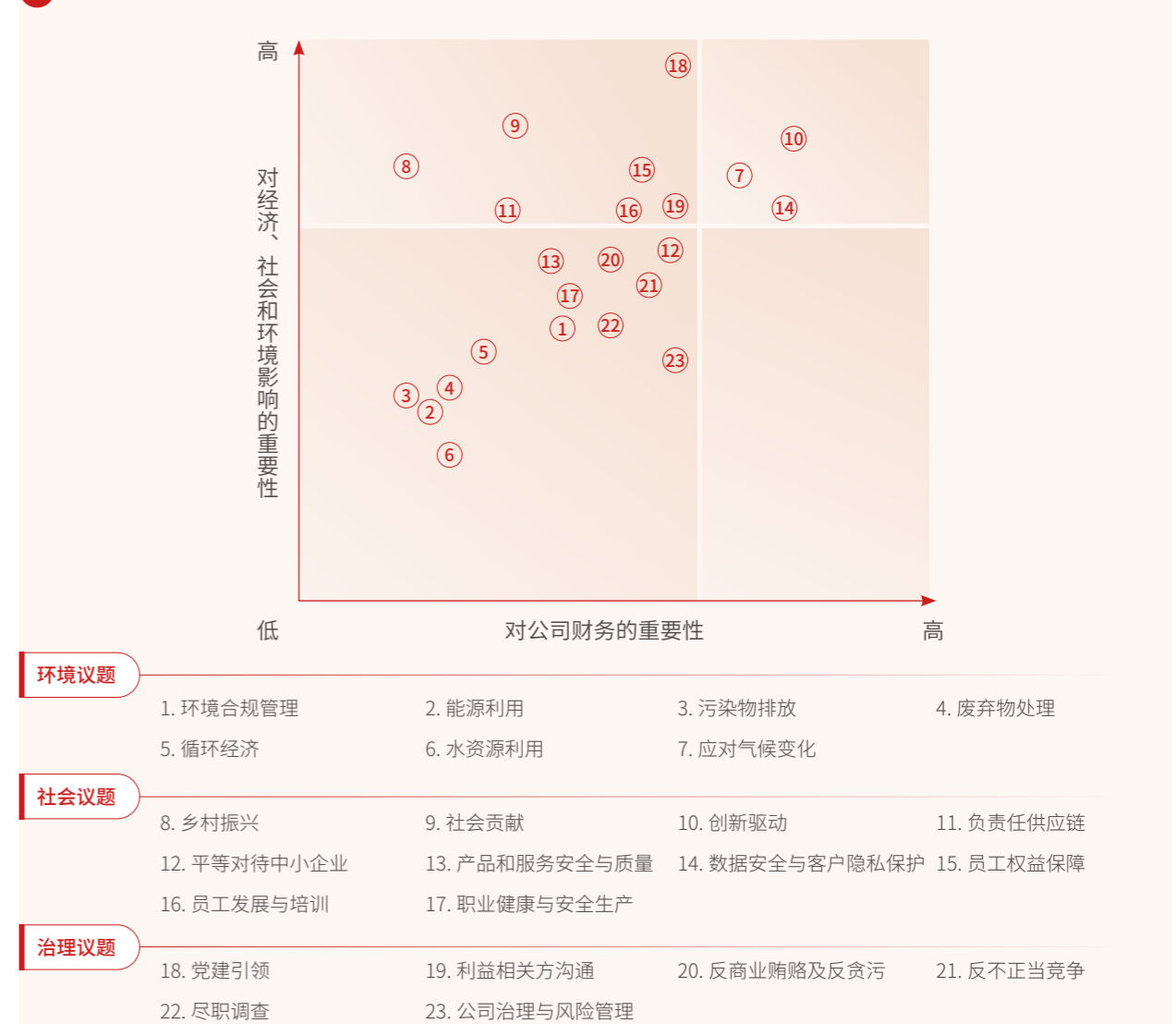
**双重要性评估**

**议题识别：**结合国内外 ESG 政策、行业对标等识别 23 项潜在重要性议题，组成议题库。

**重要性分析：**（1）影响重要性评估：向利益相关方开展影响重要性议题问卷调查；（2）财务重要性评估：公司内部财务专家从发生相关风险和机遇的可能性和议题表现对财务影响的程度两个维度评估各个议题的财务重要性。

**双重重要性分析：**基于步骤 2 重要性分析，形成皖新传媒 2025 年重要性议题矩阵，确定本年度重要性议题及其优先级。

**议题披露：**在 2025 年度可持续发展报告中，对重要性议题开展全面披露与回应。



注：皖新传媒 2025 年度不涉及《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）》设置的“生态系统和生物多样性”议题，故本年度报告不进行披露。

专题一



# 书香皖新 文化惠民共筑精神家园

皖新传媒秉持为读者服务、为阅读服务的初心，倡导人们“爱读书”、服务人们“读好书”、引导人们“善读书”，持续打造城市文化地标，推进书香城市建设，助力区域文化传播，弘扬中华优秀传统文化，更好满足人民群众的精神文化需求。

## 打造城市文化地标

公司始终把社会效益放在首位，以实体书店为重要载体持续打造城市文化地标，坚持四点发力，推动书店成为弘扬社会主义核心价值观、传播精品出版物、促进全民阅读的重要文化空间。2025 年，所属合肥元·书局与亳州伊顿庄园店荣获“最美书店”称号。

### 四点发力共建城市文化地标

#### 坚守文化价值的定力

实体书店应充分发挥文化阵地功能，成为弘扬社会主义核心价值观、传播时代精品、推广优质读物、服务全民阅读的重要平台，始终把社会效益放在首位，实现社会效益与经济效益相统一。

#### 引领时代风尚的魄力

最美书店应积极适应行业发展趋势，努力转型为新思想、新知识与健康文化潮流的传播节点与体验空间，向兼具主题策划、阅读引导和多元文化服务功能的综合文化空间转变。

#### 融入发展大局的凝聚力

书店作为基层文化单元，积极对接国家文化发展方针，在满足人民群众精神文化需求、营造书香社会氛围方面发挥基础性作用，通过精选内容、优化服务，潜移默化地助力提升公众文化素养，展现积极向上的文化面貌。

#### 拥抱变革重塑的活力

书店应积极探索应用新技术、新业态与新模式，通过空间重塑、功能融合与服务延伸，提升吸引力与体验感，努力建设成为深受市民喜爱、乐于驻留的“城市会客厅”。

合肥元·书局将科技元素与文化需求相融合，打造成集休闲、社交、科普展示于一体的多功能文化空间。门店以“数字化阅读+数字化体验”增强客户黏性，设置幻境星城、比特书房、科普科学实验室、数字乐园、二次元世界、数字体育、研学馆等互动专区，打造数字化、沉浸式体验，塑造微型文旅新典范。2025 年，合肥元·书局入选“第三批长三角人文经济典型案例”。



合肥元·书局

亳州伊顿庄园店立足本土文化，将中医药文化、曹魏历史、老庄文化等融入书店场景，深植“三朝古都”文脉，以时间为轴构建“一层一主题、一层一景观”的文化生活场域，一层融合传统与现代美学，二层以“集市化”陈列呈现中医药与老庄文化，三层打造星际主题空间，四层设置阅读空间与自习室。通过与本土文化的有机融合，亳州伊顿庄园店不仅塑造了具备地方特色的文化消费新场景，也为城市公共文化空间建设与全民阅读推广注入持久活力。



亳州伊顿庄园店

案例 探索“书店+”融合发展,举办“书店婚礼”,打造“城市会客厅”



2025年,安庆公司围绕“书店+”融合发展理念,持续创新书店经营模式,开辟服务新场景。推出主题书单定制、婚礼现场图书陈列等特色服务,将书店由单一阅读空间拓展为承载人生经历与城市记忆的“城市会客厅”。2025年5月以来,累计承接“书店主题婚礼”6场,以场景化创新丰富“书店+”业态,为探索多元化运营模式拓宽思路。



推进书香城市建设

公司以打造常态化、品牌化的全民阅读服务体系为抓手,持续培育黄山书会、皖新传媒读者节、“皖美阅读”等重点活动,推动书香浸润江淮大地,为建设书香安徽贡献力量。

案例 汇聚阅读力量,厚植书香社会——第六届“皖新传媒读者节”暨2025年春节阅读推广活动



2025年1月,皖新传媒举办第六届“皖新传媒读者节”暨2025年春节阅读推广活动。本次读者节共评选产生100位“阅读推广榜样”,并在各地市新华书店组织颁奖活动。“阅读推广榜样”评选作为读者节的重要内容,旨在表彰长期参与和支持阅读活动的读者,通过榜样示范带动更多公众参与全民阅读推广。



合肥公司



蚌埠公司



宿州公司



铜陵公司

案例 以品牌活动深化阅读服务——第四届“皖美阅读”活动



2025年4月,皖新传媒举办第四届“皖美阅读”系列活动,依托覆盖全省的新华书店网络统筹推进相关工作。本次活动以“皖美阅读 书香致远”为主题,采取线上线下相结合的方式开展。活动期间,全省门店设置“中国好书”主题展台,并联合店内多元商户,通过发放优惠券、折扣优惠、赠送礼品及联合举办活动等方式,为读者提供多元化阅读服务与消费支持,推动阅读服务更好融入大众生活,助力“书香安徽”建设。

案例 参与共建“书香安徽”——2025黄山书会



2025年11月,2025黄山书会在合肥滨湖国际会展中心综合馆正式开幕。本届书会以“江淮日日新 书香‘皖’正浓”为主题,设置出版物展销、行业论坛、阅读推广、文化直播、数字体验、非遗展览等活动板块,系统开展系列文化活动。自1987年创办以来,黄山书会已连续举办二十届,成为推进“书香安徽”建设的重要平台。作为主办单位之一,皖新传媒依托自身在内容资源、渠道网络与阅读推广方面的优势,参与书会整体策划与组织实施。2025年黄山书会共举办文化活动600余场,线上线下总客流量达275.9万人次,销售码洋突破1亿元,宣传曝光量达1.46亿人次,有效巩固其作为区域文化传播与阅读推广关键平台的作用。



## 助力区域文化传播

公司深度挖掘安徽地域文化资源，聚焦徽州文化、江淮文化等文化基因，丰富产品的内容、载体与呈现形式，推动文化资源转化为“可听、可看、可体验”的内容产品，持续提升区域文化的传播力、影响力与辐射力，为区域文化传播树立标杆。

### 案例 黄山公司打造徽文化主题书店空间



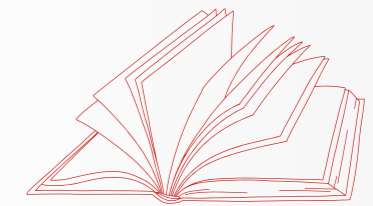
黄山公司将徽文化产品与图书有机联动，打造富有地方特色的文化空间。门店在一楼设立徽文化专区，围绕徽州历史、民俗、建筑、艺术等主题精选相关图书，帮助读者系统了解徽文化的内涵与价值；配套推出徽字号产品、徽墨、歙砚等徽文化主题商品，为读者提供一个全方位、多维度的徽文化体验平台，让读者在阅读中感受徽文化的魅力。



黄山滨江路店



由安徽新华电子音像出版社联合出版的“安徽文化故事汇”融媒体丛书，按照地域分为《徽州篇》《长江篇》《淮河篇》《江淮篇》四册，精选 100 个生动故事，勾勒出安徽文化的整体图景。在形式上，突破传统出版边界，探索打造可听、可看、可体验的融媒体文化产品，契合现代阅读习惯，为地域文化传播树立了新标杆。



### 案例 马鞍山公司组织开展本土文学推广活动



马鞍山公司联合市文联、市作协搭建本土文学推广平台，持续推介区域优秀作品与作家。全年举办 2 场“本土作家讲本土故事”新书发布会，分别为马洪鸣《九珍》新书发布会与毛庆明《时光的皱褶》。同时，在全区门店设立本土作家作品专柜，集中陈列并专题展销《姜家巷》《神往之班超父子》等 2025 年新书，助力本土文学创作传播与成果展示。



马洪鸣《九珍》新书发布活动



毛庆明《时光的皱褶》新书发布活动

## 弘扬中华优秀传统文化

公司以实体书店为文化阵地，传承中华优秀传统文化，丰富活动的内容供给、互动载体与呈现形式，推动非遗技艺与公益文化服务转化为可参与、可体验、可传播的文化场景，持续促进传统文化与全民阅读深度融合。

皖新传媒所属安徽图书博物馆创新推出“1+4+N”讲解模式，赓续中华文脉

“1”

▶ 聚焦馆藏镇馆之宝，围绕核心展陈内容进行重点讲解；

“4”

▶ 立足合肥地方文献、桐城地方文献、徽州地方文献和姓氏宗谱文献四大板块，系统展现地域文化与典籍传承脉络；

“N”

▶ 根据重要来宾的姓氏、籍贯等信息，针对性梳理相关文献资料，提供更具个性化和互动性的讲解服务，进一步增强文化传播的精准性、体验感与感染力。



### 案例 “我们的中国梦”——文化进万家活动

2025年5月10日至11日，宿州公司银河路店举办第十一届花样少年语言艺术展演宿州赛区活动。本次活动以“弘扬中国传统文化 彰显民族语言魅力”为宗旨，以“盛世修文 山河长安”为主题，通过语言艺术展演形式，引导青少年深入理解中华优秀传统文化内涵，为青少年提供语言艺术交流与展示的平台。



合肥三孝口店开展“指尖上的非遗——剪纸”活动



滁州图书城店开展“非遗剪纸”活动



新华图书公司运营的“中国神话”主题快闪店把传统文化和现代潮流相结合，让消费者在享受购物乐趣的同时，深入了解中国神话的魅力。

专题二



# 数字皖新 AI 赋能推动产业转型

皖新传媒始终牢固树立“数字皖新”战略导向，坚持以 AI 赋能主业升级、以智能化驱动产业转型，围绕智慧阅读、智慧教育、智慧物流三大核心场景，推动文化服务、教育服务与供应链服务提质增效，以更高品质的文化供给、更精准的教育服务和更高效的物流保障，为企业可持续发展注入持久动力。

## 智慧阅读

公司以数字化转型为牵引，持续推进阅读服务模式创新，构建集内容供给、技术支撑与用户服务于一体的智慧阅读体系。通过推动数字阅读平台建设与智能技术应用融合，不断拓展阅读服务的覆盖广度与服务深度，提升阅读体验的个性化与智能化水平。

与专业机构合作构建 AI 阅读大模型，融合 AI 数字人语音互动，为学生提供定制化阅读服务，该模型开发已完成，正在进行项目试点与验收工作。

“皖新优阅”小程序注册用户达 **48.06** 万人，教师端应用已覆盖全省 **851** 所学校。

升级全省门店私域数字化平台“皖新书店”小程序 2.0，深度融合听书、精品商城、同城活动、线上云展会等多元功能，累计注册用户已达 **89** 万，有效增强用户黏性与全渠道运营能力。

《火星见习生》VR 沉浸式阅读项目作为“文化+科技”融合产品，已在 **4** 省 **13** 市落地，有效拓展数字化阅读应用场景。

### 案例

#### 智慧阅读，拥抱 AI，“少年蚌埠”行动 2025 年中小学阅读交流活动举行



2025 年 11 月，蚌埠公司承办“少年蚌埠”行动 2025 年中小学阅读交流活动。本次活动以“智慧阅读、拥抱 AI”为主题，围绕落实教育部和安徽省关于深入实施青少年学生读书行动和推进中小学人工智能教育的相关要求，组织开展阅读交流与实践活动。通过引入人工智能技术应用场景，探索校园阅读与新技术融合的实施路径，发挥阅读活动在校园文化建设和育人体系中的支撑作用。

## 智慧教育

公司积极发展智慧教育事业，以技术创新驱动教育服务升级，推出基于 AI 技术的个性化学习解决方案与综合性教育服务平台，建设可视化科学教育内容制作基地，扎实推进科技能力与优质教育内容的深度融合，稳步拓展智慧教育服务的覆盖范围，持续提升其专业水准与服务水平。

### 皖美教育平台

平台功能与服务体系持续丰富与深化，截至报告期末，平台注册用户数达 **821** 万人，线上商品交易总额 **1.45** 亿元，同比增长 **19.8%**。

### “皖新研学”小程序

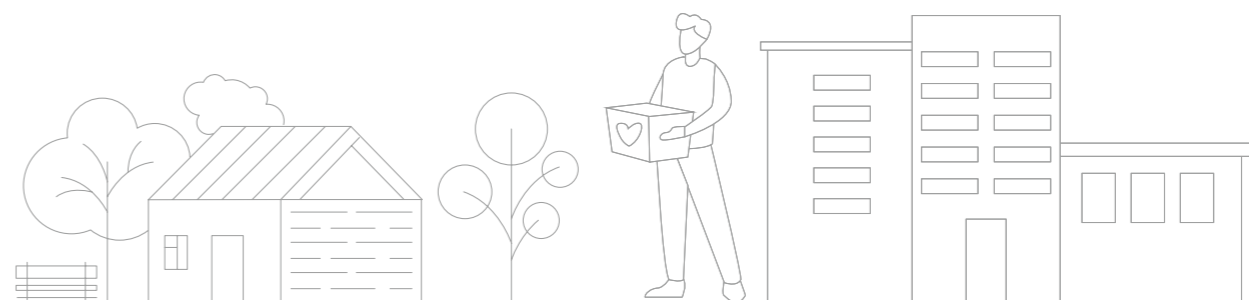
面向 C 端用户的“皖新研学”小程序上线运营，平台集课程展示、活动报名、行程介绍等功能于一体，拓展了传统研学服务的触达渠道，进一步丰富智慧教育的应用场景。

### 皖新数字绘本馆

依托 AI 技术和大数据分析，精准为不同年龄段的儿童提供量身定制的数字化学习体验。

### 美丽科学数字教育融媒体平台

构建中小学科学教育整体解决方案，并融合 AI 大模型的创新应用，积极开展教学平台升级更新。



### 智慧物流

公司致力于打造智慧物流体系，依托大数据、物联网等数字技术，持续推进仓配流程智能化与精细化管理，稳步优化配送时效与服务质量，为客户提供更稳定、更可预期的物流保障。

#### 2025 年，皖新供应链公司

##### 文化物流

通过优化作业流程与系统协同，一般图书订单当日订单出库率提升至 **95.73%**；重点升级电商图书自动化分拣线系统，使日订单峰值处理能力从 **1.8** 万单提升至 **5.4** 万单；全年高效完成图书电商订单拣选、包装及配送 **730** 万单，共计处理图书 **1462** 万册，订单处理综合格率达到 **98%**，较上年同期提升 **11** 个百分点。

##### 制造业物流

涵盖零部件集配、配送和仓储传输等环节，引入智能化物流设备提升运营效率。公司进一步拓展新能源汽车供应链业务，新增比亚迪供应商 VMI 业务，制造业物流布局持续深化。

##### 民生物流

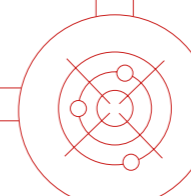
公司进一步拓展民生供应链业务，覆盖学校、事业单位及内部食堂食材配送，在保障民生供给的同时，通过原产地直采模式带动农产品流通，兼具经济效益与社会效益。

#### 优化仓储与系统协同

持续完善仓配网络布局，推进仓储资源精细化管理，强化库存分类管理和资源统筹配置。依托仓储管理系统、运输管理系统及供应链平台建设，推动订单、仓储、运输等环节信息互联互通，提升物流运营的协同化和精细化管理水平。

#### 提升自动化作业能力

加快推进自动化仓储建设和智能设备应用，持续提升仓储空间利用效率和作业自动化水平，不断提高物流作业效率和运营支撑能力。

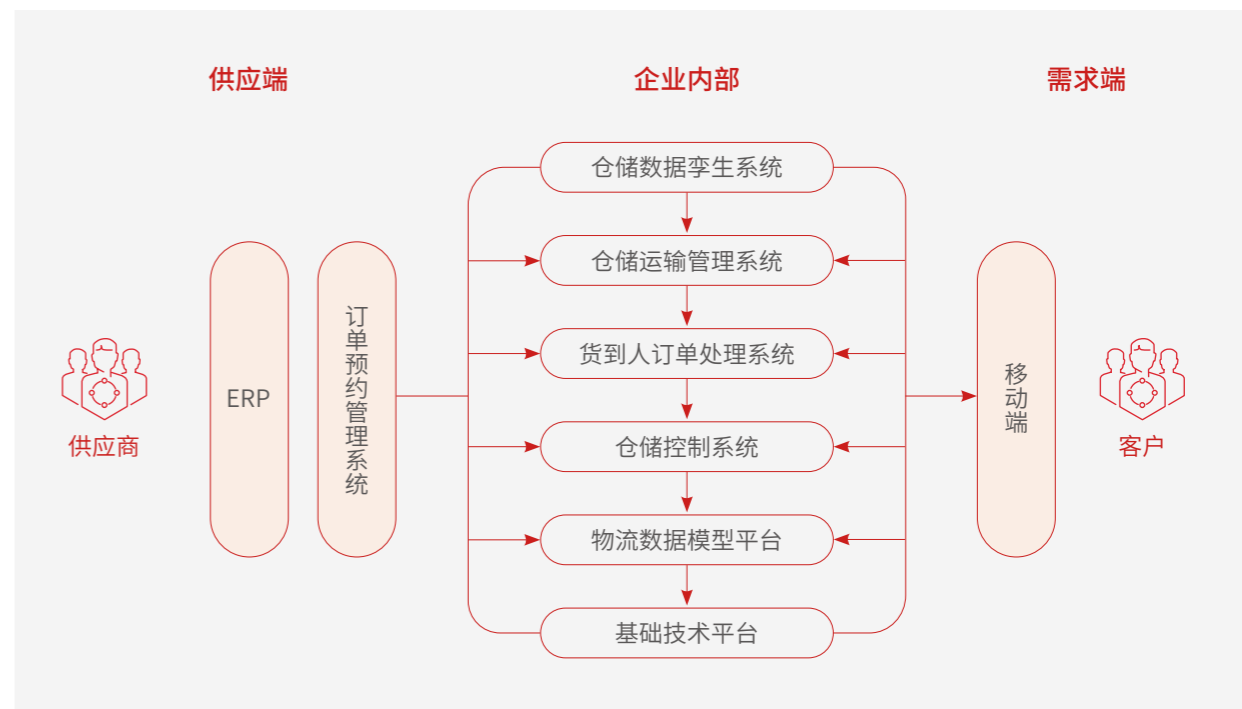


#### 强化运输调度与履约保障

持续优化运输组织和配送方式，提升资源调配效率和履约保障能力；针对紧急任务，建立快速响应机制，保障物流服务稳定有序运行。

#### 加强质量管控与服务响应

实施物流全过程质量管控，提升收、发、存、运各环节的透明化和可追溯水平，并完善特殊情形下的应急保障机制，增强物流运行韧性。通过订单跟踪、轨迹查询和异常处理等措施，不断提升客户服务响应效率和交付体验。



皖新供应链公司仓储物流智能化系统

# 01

## 治理篇

# 规范运营 筑牢发展基石

皖新传媒坚持以高质量党建引领公司高质量发展，持续完善公司治理体系，不断优化客户服务，提升服务质量与客户满意度；大力推动科技创新，为企业稳健发展与价值创造提供坚实支撑。

- ◆ 坚持党建引领
- ◆ 完善公司治理
- ◆ 优化客户服务
- ◆ 引领科技创新



对 SDGs 的回应



## 坚持党建引领

公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，紧紧围绕新时代党的建设总要求，全面加强党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设，持续提升党建工作质量，切实把党的政治优势、组织优势转化为企业发展优势和治理效能，以高质量党建引领和保障企业高质量发展，为履行国有文化企业的职责使命提供坚强政治保证。

### 突出政治建设引领

坚持把党的政治建设摆在首位，引导公司全体党员干部不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力。严格执行“第一议题”制度，将其落实情况纳入内部巡察、年度综合考核及常态化政治监督范畴，建立“发现问题—反馈通报—跟踪督办—整改闭环”机制，推动各级党组织切实扛起主体责任。扎实推进中央八项规定精神常态化学习教育，围绕政治纪律、组织纪律等重点内容，统筹开展专题学习、分层培训、集中宣讲和阵地宣传。

### 深化思想理论武装

坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，持续强化理论武装。通过落实“第一议题”制度、加强党委理论学习中心组学习、严格落实意识形态工作责任制，持续筑牢党员干部信仰根基。2025 年，召开党委会 28 次，第一时间传达学习习近平总书记重要讲话、论述、指示、重要文章 33 次。

#### 案例 召开专题辅导报告会暨党委理论学习中心组（扩大）会议，实现党员干部全覆盖



2025 年 11 月，皖新传媒召开专题辅导报告会暨党委理论学习中心组学习（扩大）会议。皖新传媒党委理论学习中心组成员、总部职能部门中高层管理人员、各板块公司和专业公司高管，以及驻楼各单位党员代表在现场参加学习，各基层党组织同步组织党员、干部集中观看视频直播。通过统筹联动、上下贯通的学习方式，进一步扩大了理论学习覆盖面，推动党员干部深学细悟、入脑入心。

### 夯实基层组织建设

持续聚焦党员队伍建设，强化党员发展培养、党务人员培训与先进典型示范引领，为企业改革发展提供有力组织支撑。2025 年，公司所属各级党组织 26 家完成换届选举工作，分别为 1 家党委、2 家党总支和 23 家党支部。

- 全年组织入党积极分子、发展对象和新发展党员参加省直机关党校专题培训共 **13** 次，合计 **38** 人参加。
- 组织基层党组织书记、专职党务工作人员共 **52** 人，参加省属文化企业基层党组织书记培训班。推荐评选的 **33** 名优秀共产党员、**12** 名优秀党务工作者和 **12** 名先进基层党组织获得上级主管部门和集团“两优一先”。

## 加强作风建设

持续深入开展中央八项规定精神学习教育，引导全体党员干部和员工自觉在纪律规矩中担当作为、在履职尽责中锤炼作风。通过组织集体学习、讲授专题党课、开展交流研讨、进行警示教育等多种形式，推动学习教育常态化、系统化，坚持学查改相结合，切实把学习成果转化为深化正风肃纪、营造风清气正生态的扎实成效。

2025 年



- 公司通过警示教育会议、“三会一课”、主题党日、警示教育大会、新提拔干部及关键岗位干部会议等形式开展反商业贿赂及反贪污培训，覆盖全体中高层管理人员，全年组织参与培训人次累计达 **2.02** 万人次。

#### 廉洁制度

制定《党风廉政建设责任制实施办法》《关于进一步改进作风的若干举措（作风清单）》《关于加强新时代廉洁文化建设的若干措施》《党风廉政建设和反腐败工作协调小组工作规则》《党风廉政意见回复工作办法》《违规经营投资责任追究办法》等制度文件。

明确廉洁建设责任主体、责任内容、责任要求、责任落实和责任追究等方面具体规定，为公司长期稳健发展提供坚实保障。

制定《员工行为十项禁令》，组织编制《廉洁风险防范手册》，通过梳理各业务流程廉洁风险，依法对各层级岗位廉洁风险进行防控排查并提出防范措施。

#### 责任传导

注重压实主体责任和监督责任，组织公司总部及所属子公司负责人签订党风廉政建设责任书和廉洁自律承诺书，强化对关键岗位、关键人员的监督管理，坚持“一级抓一级、层层抓落实”的工作机制，推动党风廉政建设要求向基层延伸、向一线落实。

#### 廉洁文化

持续加强新时代廉洁文化建设，广泛征集和展示廉洁文化作品，通过公司网站、微信公众号等载体开展宣传教育，以生动、多样的形式引导党员干部员工增强廉洁意识、纪律意识和规矩意识，营造风清气正、干事创业的良好氛围。



2025 年 12 月，亳州公司党总支开展集体廉政谈话，组织集中观看了警示教育片。

# 完善公司治理

公司持续规范治理架构，加强董事会建设，完善权责清晰、运转高效的治理体系；以维护股东权益为核心，健全投资者沟通机制并强化信息披露管理；持续夯实合规管理体系，恪守商业道德与诚信经营，为利益相关方创造长期、稳健、可持续的价值。

## 规范治理架构

严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规要求，设立股东会、党委会、董事会及其专门委员会和经理层，明确权责边界与职责分工，形成各司其职、有效制衡、运作规范的治理体系，保障管理架构高效运行。2025 年，皖新传媒稳步推进监事会改革，依法取消监事会，由董事会审计委员会承接其监督职权。



股东会	严格按照《上市公司股东会规则》及《公司章程》《股东会议事规则》的规定要求，严格落实股东会议事制度，保障股东权利的有效履行。
党委会	全面落实两个“一以贯之”要求，把党的领导融入公司章程、董事会议事规则等各个治理环节，重大经营管理事项须经党委研究讨论后，再按照相关规定由经理层、董事会或股东会作出决策。
董事会	董事会从全体股东利益出发，认真履行《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》及《公司章程》赋予的职责，恪守勤勉、诚信、务实的准则，严格执行股东会决议。
专门委员会	公司董事会下设战略与可持续发展委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，对董事会负责。 通过《董事会战略与可持续发展委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》等制度规定，赋予各委员会具体详实的职责与义务，构建高效、完善、合规的工作机制，以充分发挥各专门委员会在专业领域的决策参谋功能，提高公司决策的科学性、高效性和前瞻性，保障公司健康、稳定的可持续发展。
经理层	经理层负责“谋经营、抓落实、强管理”。总经理对董事会负责，在董事会授权范围内组织开展日常经营管理工作，并通过总经理办公会等机制对授权事项进行集体研究与决策，涉及“三重一大”事项的，严格按照公司相关制度与决策程序审议决策。经理层依法、依规、依纪行使生产经营管理职权，组织实施董事会决议，并接受董事会及其专门委员会（如审计委员会）监督。

### 2025 年

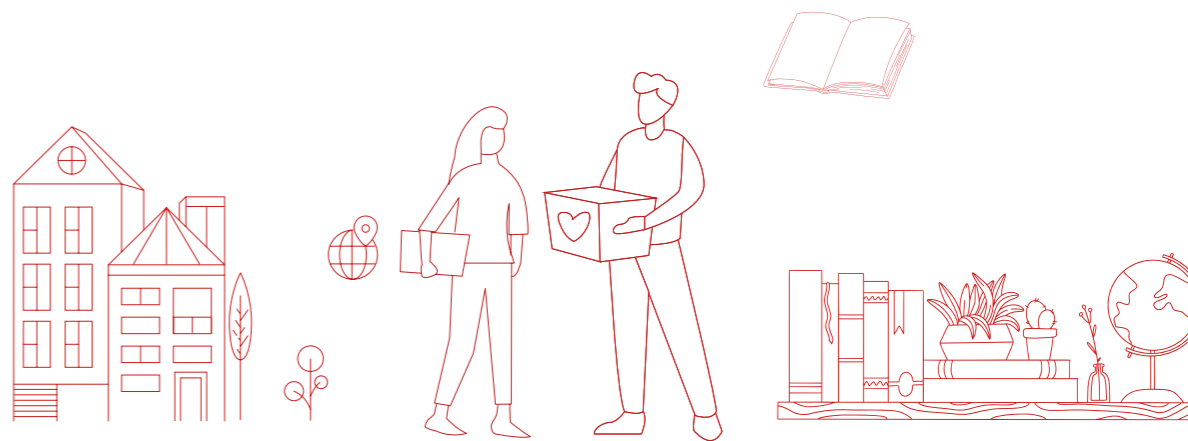


- 组织召开股东会 **3** 次
- 董事会会议 **9** 次
- 董事会下设专门委员会会议 **11** 次
- 独立董事专题会议 **2** 次
- 累计审议通过 **88** 项议案

### 董事会多元化

董事会致力于实现多元化，报告期内，董事会由 **7** 名董事组成，其中独立董事 **3** 名，占比 **42.9%**，女性董事 **2** 名，占比 **28.6%**。

1	张克文	男	董事长
2	丁勇	男	董事、副总经理
3	肖晓英	女	原董事、副总经理兼财务负责人、董事会秘书
4	袁荣俭	男	董事
5	胡泳	男	独立董事
6	方卿	男	独立董事
7	程敏	女	独立董事



### 专门委员会



#### 战略与可持续发展委员会

主要负责对公司中长期发展战略、重大投资决策以及公司可持续发展相关事项进行研究并提出建议，并对董事会负责。

#### 审计委员会

主要负责对公司内部控制、财务信息和内部审计等进行监督和检查，行使《中华人民共和国公司法》规定的监事会的职权。

#### 提名委员会

主要负责对公司董事和高级管理人员的人选、选择标准和程序进行选择并提出建议，并对董事会负责。

#### 薪酬与考核委员会

主要负责制定公司董事和高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，并对董事会负责。

报告期内，公司董事会各专门委员会成员如下：

战略与可持续发展委员会成员：张克文、丁勇、胡泳、方卿、程敏	主任委员：张克文
审计委员会成员：程敏、胡泳、方卿	主任委员：程敏
提名委员会成员：方卿、张克文、胡泳	主任委员：方卿
薪酬与考核委员会成员：胡泳、肖晓英、程敏	主任委员：胡泳

注：2026年3月25日，公司收到肖晓英女士的辞职报告，因工作调整，肖晓英女士申请辞去董事、副总经理兼财务负责人、董事会秘书及薪酬与考核委员会委员职务，辞职后不再担任公司任何职务。同日，公司召开第四届董事会第四十六次（临时）会议，审议通过《公司关于聘任董事会秘书、财务负责人的议案》《公司关于调整第四届董事会薪酬与考核委员会成员的议案》，同意聘任尹翔先生为董事会秘书、聘任纵艳丽女士为财务负责人，并同意将薪酬与考核委员会成员由肖晓英女士调整为丁勇先生。

### 维护股东权益

#### 拓宽投资者沟通渠道

依托业绩说明会、机构策略会、分析师路演与反路演、现场参观、日常热线与邮箱等多种方式，实现对不同类别投资者的精准触达与差异化沟通，有效提升投资者覆盖广度与沟通深度。截至2025年末，覆盖公司的券商传媒研究所为**15**家，位居出版发行行业前列。报告期内，参加券商组织的线下策略会**22**场，线上及线下交流**80**余场。

#### 维护投资者权益

将监管、机构与中小投资者的声音有效输出，推动投资者关注与建议转化为公司市值管理与经营决策的重要输入。2025年，实行一年多次分红，完成2024年度权益分派工作，实现现金分红（含回购金额）总额约**5.48**亿元，现金分红比例**77.71%**，创公司历年最高，处于行业前列；实施2025年前三季度利润分配方案，派发现金红利约**1.96**亿元，不断提升股东获得感。

### 加强信息披露

修订完善《信息披露管理制度》，不断加强公司信息披露管理，保护公司及投资者的合法权益。通过建立信息披露文件交叉复核机制，从源头提升公告编制的准确性与规范性。2025年，公司共及时准确发布公告及上网文件110份，无一补充或更正公告。

建立信息披露备忘录机制，仔细梳理未来时点可能触发信息披露的事项，并保持动态更新，提醒并督促相关单位提供信息披露事项进展情况，确保信披及时性与合规性。

### 重视风险管理

通过日常监督、年度审计及重大风险报告相结合的机制，持续识别与评估风险点，及时完善改进措施。



### 完善税务统筹规划，防范化解税务风险

- 健全涉税资料档案管理流程，做好涉税资料分类归档、保存、查阅和销毁，确保纳税工作合规有据。
- 建立健全发票管理流程，明确发票的取得、保管、使用、审查和缴销等环节的工作要求。
- 开展税费预算、税费月报等税务信息报告工作，做好税务信息的收集整理和分析研判，满足税务管理部门监管要求和自身业务发展需要，为企业经营管理决策提供信息支持。
- 根据生产经营、业务流程、机构人员变动等情况，对税务风险因素进行检查评估，制定风险应对方案，强化风险管理。
- 报告期内，公司聘用专业税务机构，对公司重大经营决策事项开展税务论证，为公司决策提供支撑；建立更全面有效的沟通机制，解决日常的涉税疑难问题；在全省范围开展企业纳税风险排查，提出风险应对措施并组织实施。

## 完善合规管理

坚持将合规管理作为公司治理的重要基础，明确合规组织架构、强化合规运行机制和落实合规管理举措，形成权责清晰、运行规范、监督有效的合规管理格局。

### 合规组织架构

建立由公司党委会、董事会、经理层、合规管理部门、业务部门和职能部门、监督部门组成的管理架构，按照“管业务必须管合规”要求，明确业务及职能部门、合规管理部门和监督部门职责。

### 合规运行机制

公司根据法律法规、规章变化情况并结合自身业务实际，及时修订制度，持续完善内控制度体系。报告期内，公司制定、修订了《防范控股股东及关联方占用公司资金管理制度》《资金支付管理办法》《内部审计规定》《重大信息内部报告制度》等，确保制度合法有效。

**强化合规前置审查：**将合规审查嵌入经营管理流程，合规管理部门针对涉及的重大决策事项进行审查，出具法律合规审查意见；合同签订前须经财务、法务部门审核，严格把关、堵塞漏洞，确保合同管理的规范性与严谨性，防范公司合规经营风险事件发生。

**强化合规过程检查：**制定《内部控制管理手册》，并通过年度内部控制审计，实现对内部控制的监督。为公司可持续发展提供有力保障。公司审计部每年组织开展一次内控审计评价及审计工作，形成《内部控制评价报告》。同时，针对重点环节、重点领域及重大项目，审计部会同合规管理部门开展专项内控检查，强化合规经营与风险防控，促进公司内控体系进一步优化。

**建立违规举报、调查和问责机制：**根据《违规经营投资责任追究暂行办法》有关规定，明确工作流程和工作机制，形成责任追究全流程闭环。

### 合规管理举措

组织全员分层分级签订合规承诺书。依据法律法规、行业准则及公司制度，结合不同层级、不同业务领域岗位特点，起草具有针对性的合规承诺书文本，明确承诺事项、责任范围与行为规范。按照“自上而下、逐级落实”原则，覆盖至全体员工及新入职员工，确保责任链条无缝衔接。在签订过程中，同步开展合规宣贯，阐释承诺书条款内涵、签署意义及违规后果，促进员工深刻理解合规要求，变被动签署为主动承诺。

### 合规文化培训

重视合规文化建设，将合规理念融入日常经营管理，通过制度宣贯、组织员工外出参加专题培训班和交流活动等多种方式，持续提升全体员工识别、防范和应对合规风险的意识与能力，为公司依法合规经营和稳健发展夯实基础。2025年，公司证券、财务、法规等重点领域，组织开展各类合规专项培训，累计培训时长2569.74小时，覆盖1027人次。

## 恪守商业道德

坚持以诚信合规为经营底线，将恪守商业道德贯穿经营管理全过程，持续强化公平竞争意识和廉洁从业要求。通过健全制度体系、加强过程管控和分层分类培训，系统推进反不正当竞争、反商业贿赂及反贪污工作。

### 反不正当竞争

严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等相关法律法规，将反不正当竞争作为理念深度融入企业文化，积极携手市场参与者共同维护公平的商业竞争环境，平等对待中小企业。在经营过程中，坚决抵制虚假宣传和误导消费者行为，依法保障消费者的知情权和选择权，杜绝不正当竞争和商业贿赂行为。

### 反商业贿赂及反贪污

建立反贪污腐败制度体系，聚焦招投标、采购、资金管理、合作往来等重点领域，深入整治违法、违规、违纪行为。面向董事、管理层及全体员工，按照分层分类原则，采取多样化形式组织开展相关培训，重点宣贯相关法律法规、公司廉洁制度和典型案例，不断强化廉洁从业意识，筑牢廉洁合规防线。



接受反商业贿赂及反贪污培训的  
中高级管理人员比例

**100%**



参与反商业贿赂及反贪污培训的  
覆盖人次

**2.02** 万人次

举报机制

建立规范、畅通的举报受理与处置机制，依法依规受理各类投诉举报事项。围绕内控评价、审计监督和重点领域风险排查，形成问题受理、核查、整改和责任追究的闭环管理流程。纪检监察、审计等部门协同开展监督检查，对经查实的问题严格依规处理，持续加大对招投标、采购等关键环节的监督力度。

举报人保护

明确界定投诉举报的范围、举报人保护措施、严格的保密机制以及规范的举报调查程序。公司不定期对下属各公司受理的检举控告管理及办结情况进行监督检查。

严格落实举报人保护机制，积极鼓励各利益相关方对所发现的腐败违规行为进行实名或匿名举报，营造廉洁合规的经营环境。每半年对举报情况进行分析，开展专题调研，督促问题整改、源头治理，解决监督和运行机制中的突出问题。



# 优化客户服务

公司围绕服务质量保障、客户满意度提升、客户隐私保护与数据安全等关键环节，持续为客户提供安全、可靠、优质的服务体验。

## 保障服务质量

公司及下属公司围绕核心业务服务场景，构建贯穿计划、组织、执行与监督的服务质量保障机制，通过动态调度、进度跟踪与责任落实，提升服务交付的稳定性与及时性，确保重点任务高质量完成与服务承诺有效兑现。报告期内，下属 20 家公司开展客户满意度调查，平均客户满意度达 99.06%。



### 新华图书公司

制定《文化服务板块选品管理办法（试行）》，围绕选品规范、供应商准入、数据分析和动态复盘等环节完善管理机制。依托选品工作小组对重点产品开展评估、测试和决策，严格审核供应商资质、信用和履约能力。同时，运用数字化手段整合销售数据、建立分析模型，结合月度复盘和动态调整机制，持续优化产品结构，不断提升产品供给质量和客户满意度。

### 教图发行公司

修订《中小学教辅及课外读物新品引进评选实施细则》，围绕市场需求分析、内容质量审核、商务营销初审、评选决策、商务谈判、录入发布及复盘淘汰等环节，进一步完善新品引进全流程管理机制，从源头严把产品准入关，切实提升新引进教辅及课外读物的导向性、适配性、专业性和市场匹配度。

### 案例 皖新传媒保障中小学教材配送

2025 年 8 月，皖新传媒针对教材改版集中到货、配送周期压缩及高温天气等实际情况，通过标准化、数字化手段统筹推进教材征订、采购、仓储、配送和调剂等环节，前置开展征订审核与采购进度跟踪，并建立通报机制，确保教材供应节奏可控。

在配送实施阶段，各地市公司组建专项教材配送队伍，实行送书到校，重点加强对偏远地区和山区学校的配送保障，有效解决教材配送“最后一公里”问题，确保“课前到书、人手一册”。





皖新传媒质量管理体系 ISO 9001 标准认证



新华图书公司质量管理体系 ISO 9001 标准认证



教图发行公司质量管理体系 ISO 9001 标准认证



皖新供应链公司质量管理体系 ISO 9001 标准认证

## 客户隐私保护

公司及下属公司高度重视消费者隐私保护，结合皖新传媒会员服务协议及书店运营实际情况，从事前防护、事中处置、事后整改三个维度构建客户隐私保护体系，同时明确隐私泄露事件的应对流程。2025 年，未发生客户隐私泄露事件。

### 协议层面的隐私约束

会员服务协议中明确“保障用户的个人隐私及会员卡积分等权益”，从流程上规避隐私信息的随意泄露。同时协议规定皖新传媒仅可在“保护会员个人隐私的基础上”对整体会员数据库进行商业利用，禁止将单个会员的具体隐私信息对外披露或用于协议外用途。

### 数据管理的防护

线下门店登记会员信息（如姓名、出生日期、手机号等）时，采用加密存储系统，仅授权工作人员可查询相关数据，且查询操作留痕；线上“皖新云书店”小程序等通过实名认证、权限分级等技术手段，防止客户隐私数据泄露。针对会员卡挂失、补办环节，要求用户提供身份证件或有效证件，避免他人冒用信息，进一步筑牢隐私安全防线。

### 员工行为的制度规范

对员工开展信息安全与隐私保护培训，明确禁止泄露、出售、非法提供客户个人信息，对违规员工设定包括辞退、追责在内的处罚条款，从人员管理层面杜绝隐私泄露的人为因素。

## 应对客户投诉

建立系统的客户服务体系和工作机制，提升客户满意度，通过建章立制规范服务行为，制定意见反馈和投诉处理快速响应机制，定期开展顾客满意度调查，不断改进提升服务水平。

### 皖新供应链公司建立客户投诉管理制度

根据皖新供应链公司客户投诉管理制度，由客服专员对电话、电子邮件等渠道受理的投诉进行规范记录，完整登记投诉事项、关键信息及客户诉求，并通过 OA 系统及时将投诉信息流转至被投诉部门主管及物流中心负责人，推动问题快速响应与闭环处理。

### 门店客户投诉处理与读者满意度提升体系

#### 全渠道反馈系统

在各门店显著位置公示服务监督电话，同步开通官方公众号、线下意见簿等多重反馈渠道，确保读者意见“听得见、有回响”。

#### 分级响应机制

针对图书质量、服务态度、环境设施等不同类别投诉，制定分级处理流程，普通投诉 24 小时内响应，复杂问题 72 小时内出具解决方案。

#### 闭环管理改进

每月对投诉数据进行分类分析，将典型问题纳入门店服务培训案例，形成“投诉—整改—优化”的闭环管理机制。例如，因读者反映暑期阅读区拥挤，即通过增设空调座位、延长开放时间等措施予以改进。

## 负责任营销

为全面提升全员的责任营销意识，每年通过线上与线下相结合的方式，面向全体员工开展营销合规与负责任营销培训和宣贯活动，重点围绕依法合规经营、真实准确宣传、杜绝虚假或误导性表述、规范价格与促销行为、加强未成年人保护和消费者权益保护等内容，强化员工在营销策划、宣传发布、渠道管理和客户服务等环节中的责任意识。

## 数据安全治理

### 治理

依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》《网络数据安全管理条例》以及《信息安全技术—网络安全等级保护基本要求》（GB/T 22239-2019）等法律法规和相关要求，制定并实施《网络与信息安全管理办法》，明确信息处理前的防泄漏要求；如发生数据泄露、误用或滥用等情形，须第一时间上报，并及时采取阻断、修复、追踪和整改等措施。2025 年，公司严格遵循数据安全治理相关制度规范开展工作，未发生数据安全事件。

## 战略

将数据安全作为数字化转型和业务稳健运行的重要基础，将网络与信息安全要求嵌入业务系统建设、数据应用和信息化管理全过程，为内容生产、发行服务和运营管理提供安全可靠的数字支撑，保障公司数字化发展行稳致远。

### 数据安全治理风险与机遇分析

类型	影响因素	影响内容	应对措施	财务影响
安全风险	网络攻击、数据泄露、系统安全事件	若发生数据安全事件，可能导致业务系统中断、个人信息或经营数据泄露，引发合规风险、声誉损失，并对正常运营造成不利影响。	依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，制定并实施《网络与信息安全管理办法》，健全数据安全治理体系；对服务器、数据库等核心系统建立常态化巡检机制，2025 年，完成巡检 50 次，形成巡检记录文件 31 份、在线记录 19 份，及时处置运行隐患。	2025 年，未发生数据安全事件，未产生行政处罚、赔偿责任或重大经济损失。
合规风险	法律法规及监管要求持续趋严	数据合规管理要求不断提升，可能增加合规管理成本和制度执行复杂度。	持续对标国家法律法规及信息安全等级保护要求（GB/T 22239-2019），完善制度流程，加强制度执行和日常管理。	合规投入处于合理可控范围内，未对公司经营业绩产生重大不利影响。
数据治理风险	数据存量、历史数据来源复杂、业务系统持续迭代	若历史数据中存在违规或冗余数据，可能引发合规隐患，影响数据使用安全性与治理规范性。	开展核心数据合规性专项核查，以每 2 个月 1 次的频率推进历史数据回扫，单次扫描周期 2-3 天，对识别出的违规数据在完成备份后统一清理删除；2025 年累计扫描 7 次，覆盖数据 4080.4 万条，清理违规数据 6.98 万条；并根据政策要求灵活调整加扫计划，确保数据安全审查无死角。	有效降低潜在合规风险，避免因历史数据问题产生整改、处罚或额外治理成本。
发展机遇	数字化转型深化、业务信息化水平提升	数据安全与数据治理能力成为支撑数字业务稳定运行和规模化发展的重要基础，有助于提升业务连续性和客户信任度。	将数据安全与治理要求嵌入信息系统建设和业务流程管理全过程，通过持续开展数据扫描、清理违规数据和优化治理机制，提升数据治理规范化和精细化水平。	有助于降低潜在风险损失，提升数字化运营稳定性，增强公司长期经营韧性和可持续发展能力。

### 影响、风险和机遇管理

公司以防范风险、把握机遇、提升核心竞争力为导向，围绕数据安全、合规管理和数字化能力建设等重点领域，持续完善制度规范、强化技术支撑、优化流程管控，不断提升风险防控能力和数据治理水平，推动数据安全要求嵌入业务运行和信息系统建设全过程，为数字化转型和可持续发展夯实基础。建立网络安全事件应急预案，持续完善监测预警、事件报告、分级响应和应急处置机制，不断提升信息安全风险防范和突发事件处置能力，保障网络、系统和数据安全稳定运行。

### 指标和目标

公司持续推动信息安全管理要求有效落实，进一步提升数据安全治理水平和突发事件处置能力，努力实现信息安全事件风险可控，保障网络、系统和数据安全稳定运行。



## 引领科技创新

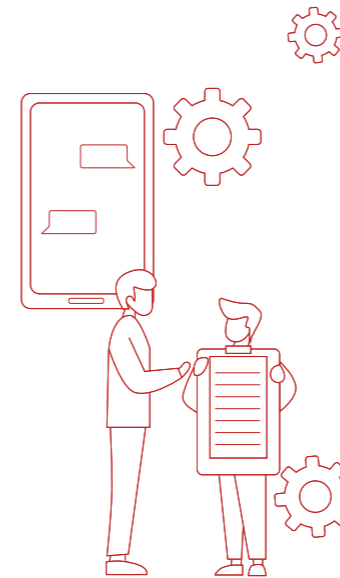
公司将科技创新作为提升核心竞争力和培育新动能的重要引擎，围绕主责主业，加快数字化转型步伐，鼓励研发创新与技术应用，推动新技术、新模式在业务场景中的应用，积极培育数字化人才，强化知识产权保护，不断提升科技赋能业务发展的能力。

### 治理

董事会统筹创新发展方向，将数字化转型纳入公司中长期发展规划；管理层负责创新战略的组织实施与资源配置，推动科技创新与主营业务深度融合。公司将制度建设作为推进研发创新和数字化转型的重要保障，围绕数字化产品研发、内容运营、信息安全和用户服务等关键环节，持续完善创新管理体系。针对智慧书房等业务场景，建立健全内容审核、信息发布、资源管理、用户管理、隐私保护、数据安全和应急处置等制度机制，推动创新活动规范有序开展。

### 战略

围绕业务特色，将创新理念全方位、全过程融入日常工作。从管理层到基层员工，都要树立创新意识，积极投身创新实践，加快培育发展新质生产力。凭借创新“领先一步”的优势，带动整体发展“快人一筹”。



### 科技创新风险与机遇分析

类型	影响因素	影响内容	应对措施	财务影响
创新风险	技术融合与应用风险	数字化系统数量多、业务覆盖面广，新技术（如AI、业财融合平台）在与既有系统融合过程中，存在实施复杂度高、应用成熟度不足等风险。	加强创新项目顶层设计，实行分阶段推进和试点先行机制，强化项目论证与过程评估，确保技术与业务需求相匹配。	创新投入回收周期拉长，阶段性成本上升。
	数据与网络安全风险	数字化转型加深对信息系统和数据资产的依赖，若安全防护不足，可能面临数据泄露、系统中断等风险。	持续完善网络安全和数据安全管理体系，加强基础设施建设和安全监测，推进“主动免疫”安全防护能力建设。	安全投入增加，系统运维成本上升。
	组织协同与能力结构风险	创新项目涉及跨部门、跨业务协同，对人员数字化能力和组织协作提出更高要求，若转型适配不足，可能影响推进效率。	通过流程标准化、系统协同和人才培养，强化组织协同能力，提升员工数字化素养。	短期培训与管理成本增加。

类型	影响因素	影响内容	应对措施	财务影响
转型风险	创新不确定性风险	新业务、新模式在探索阶段存在市场验证周期，创新成效与预期存在不确定性。	加强创新项目分级管理，合理配置资源，控制试点规模，降低创新试错成本。	创新项目收益存在阶段性波动。
创新机遇	管控升级机遇	数字化管控平台建设推动体系化管理由经验驱动向数据驱动转变，有助于提升治理效能和决策质量。	深化管控系统应用，推动数据贯通和智能分析，释放数字化治理效能。	管理效率提升，间接降低运营成本。
	业务赋能机遇	线上文化服务、AI 教辅等创新模式，有助于拓展业务边界、提升服务能力。	推进教育数字化项目建设，丰富产品和服务形态。	新业务模式带来增量收入。
	技术应用机遇	人工智能等技术应用，为精细化管理和新业务孵化提供支撑。	前瞻布局新技术应用场景，推动 AI 教辅和业财融合平台落地。	提升经营效率和盈利能力。
	品牌与竞争力提升	持续推进创新驱动发展，有助于提升公司在文化与教育领域的科技形象和行业影响力。	将创新成果融入品牌建设与信息披露，增强市场认可度。	品牌价值提升，长期竞争力增强。

## 影响、风险和机遇管理

顺应数字经济发展趋势和行业转型需求，以提升核心竞争力和可持续发展能力为目标，围绕技术升级、人才支撑与制度保障协同发力，持续增强创新发展动能。

### 推动数字转型

建设数字化底座平台，推动数字化协同管理平台、资金管理及人力资源管理数字化平台、公共文化服务标准化运营管理平台建设，筑牢“数字皖新”四梁八柱。

#### 数字化转型进展

- 推动人力资源管理、司库、协同办公系统和财务共享中心全面上线，持续提升公司“人、财、物”管理的穿透力、精细度和运行效率。
- 围绕文化、教育主业，持续优化业务平台和线上服务场景，推动产品、服务和商业模式数字化升级。

### 培育数字化人才

围绕数字化转型和产业升级需求，积极推进数字化人才培养体系建设。以数字化转型战略为导向，遵循分层分类培育思路，系统推进全员数字化技能提升工程。开展《DeepSeek 深度应用专题培训》，推动全体员工掌握 AI 基础应用技能，助力一线核心骨干运用 AI 工具拓展业务新场景；开展《AI 赋能专业销售》课程，通过客户画像 AI 工具、SPIN 话术智能陪练系统、政策风险检测 AI 等实操训练，精准提升需求分析效率、合规服务能力与情感化服务水平。

### 保护知识产权

遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等相关法律法规，高度重视对内外部知识产权和版权的保护，并在内部规章制度中明确相关管理要求。

- 全省多家新华书店结合书店小课堂活动，在门店开展版权知识宣传，让读者通过版权概念解析、盗版图书识别、手工绘画等能亲自参与的活动，深入学习理解版权知识，强化版权意识。
- 六安皖西书城店员在门店开展的“知识产权”主题活动中，用通俗易懂的语言，为青少年们讲解了知识产权日的由来，结合身边案例科普知识产权的内容及重要性等，还着重介绍了“护苗行动”和“绿书签”专项行动，展示了正版书和盗版书的区别，告诉大家使用盗版书的危害性。
- 阜阳图书城开展主题为“原创守护者”的互动活动，通过版权知识问答、正盗版对比等环节向读者普及版权知识。

## 指标与目标

聚焦数字化转型的深度应用，以“数字皖新”建设为牵引，通过加大研发投入、强化研发队伍、促进强化技术成果转化，不断提升科技创新对主营业务的赋能水平。

2025 年



- 研发投入金额 **2292.92** 万元
- 研发投入占主营业务收入比例 **0.29%**
- 研发人员数量 **74** 人
- 研发人员占员工总人数比例 **1.27%**
- 有效专利数 **19** 件
- 软件著作权数量 **285** 件

# 02

## 环境篇

# 绿色转型 擘画生态蓝图

皖新传媒坚持绿色发展理念，积极应对气候变化，严格落实环境合规管理，持续深化绿色运营实践，不断提升全员环保意识，构建与自然和谐共生的绿色发展新格局。

- ◆ 应对气候变化
- ◆ 环境合规管理
- ◆ 推进节能减排
- ◆ 提升环保意识



对 SDGs 的回应



# 应对气候变化

## 治理

公司将应对气候变化纳入 ESG 治理体系的重要组成部分，坚持减排降碳与绿色转型协同推进，持续关注气候变化带来的风险与机遇。通过系统识别、分析并应对气候相关风险与机遇，持续提升公司气候适应与韧性水平，以切实行动助力减缓气候变化。

## 战略

积极响应国家“双碳”目标，将绿色低碳理念融入经营管理和业务发展全过程。一方面，通过推进节能降耗、绿色采购和数字化转型，降低运营过程中的资源消耗和环境影响；另一方面，主动把握气候变化背景下的产业转型机遇，探索线上服务和“书店+”等新业态，推动业务结构优化升级，在提升环境绩效的同时增强企业长期发展韧性。

### 应对气候变化机遇与风险分析

类型	影响因素	影响内容	应对措施	财务影响
气候风险	气候灾害	极端高温、暴雨等气候事件增多，可能对仓储设施、物流园区及实体书店等固定资产造成损失，并影响教材教辅配送和门店正常营业。	加强重点仓储、物流节点和门店的气候风险排查，完善极端天气应急预案和业务连续性管理机制，提升应急响应和恢复能力。	设施维护、应急处置及保险等相关成本增加。
	供应链中断风险	极端天气可能影响物流运输效率，导致教材教辅及一般图书在发行高峰期出现配送延迟。	优化物流网络布局，提升多节点配送和备用方案能力，加强与物流服务商的协同管理。	履约效率下降，可能对客户满意度产生阶段性影响。

类型	影响因素	影响内容	应对措施	财务影响
转型风险	政策及法律风险	“双碳”政策和环保法规持续推进，对物流等环节提出更高环保要求，相关合规和管理成本可能增加。	建立政策动态监测机制，提前评估政策变化对业务的影响，稳步推进绿色运营和合规管理。	合规投入增加，短期运营成本上升。
	市场偏好风险	消费者环保意识增强，对绿色服务与低碳运营的偏好提升，促进服务供给与运营模式迭代。	优化线上线下一体化服务模式，强化绿色服务供给与体验（如减少一次性耗材、优化配送与履约路径、提升资源使用效率等），提升客户满意度与品牌认可度。	传统业务收入结构面临调整压力，短期可能带来改造投入与成本上升；中长期有助于增强客户黏性与市场竞争力。
转型机遇	技术机遇	数字教材和线上服务有助于减少纸张使用和物流需求，降低资源消耗和碳排放，符合低碳发展趋势。	拓展数字资源和线上教育服务。	数字业务规模扩大，有助于提升整体盈利能力。
	市场机遇	通过“书店+”“书店+文化活动”“云上书店”等模式，拓展文化服务场景，提升实体书店综合运营能力。	推动实体书店转型升级，强化线上线下协同，提升运营效率和服务附加值。	新业务模式带来增量收入，增强经营韧性。
	品牌价值与社会责任提升	持续推进绿色出版物采购、绿色物流和绿色运营，有助于提升国有文化企业社会形象和公众认可度。	将绿色低碳理念融入品牌建设和 ESG 管理，加强信息披露和公众沟通。	品牌价值和市场竞争提升，长期收入稳定性增强。

## 影响、风险和机遇管理

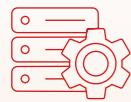
顺应数字经济发展趋势和行业转型需求，以提升核心竞争力和可持续发展能力为目标，围绕技术升级、人才支撑与制度保障协同发力，持续增强创新发展动能。

## 指标与目标

建立气候变化相关管理指标体系，将节能降耗、资源使用效率和绿色运营成效纳入日常管理与绩效评估。结合业务特点和监管要求，持续完善能源与资源使用统计口径，明确阶段性改进目标，推动气候相关管理由定性向定量深化，不断提升应对气候变化的系统能力和管理水平。

### 应对气候变化相关指标与目标

2025 年



- 范围一碳排放量 **1053.71** 吨二氧化碳当量
- 范围二碳排放量 **11774.56** 吨二氧化碳当量
- 碳排放强度 **0.0160** 吨二氧化碳当量 / 万元营业收入

## 环境合规管理

严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规要求，持续健全环境保护管理体系，推进环保工作规范化、制度化运行。2025 年，未发生重大环境事件，未发生环境违法违规及入刑事件。



皖新传媒 ISO 14001 环境管理体系认证



新华图书公司 ISO 14001 环境管理体系认证



教图发行公司 ISO 14001 环境管理体系认证



皖新供应链公司 ISO 14001 环境管理体系认证

# 推进节能减排

## 节约能源资源

遵循国家《中华人民共和国节约能源法》等相关法律，不断完善内部制度规范建设，坚持节约优先、集约高效的发展原则，将资源节约利用作为推进绿色运营的重要抓手，推动形成绿色低碳、可持续的生产经营模式。

公司陆续出台《公务用车管理细则》《公务用车管理实施办法》《办公物资管理办法》《总部办公楼节能降耗管理细则》等制度，围绕公务用车、办公物资和办公场所能耗等重点环节强化管理，推动能源资源节约利用。2025 年，总部办公设备采购成本同比下降 19.6%，总部办公用品采购费用连续三年下降，总部办公楼水电气能耗费用同比下降约 25%。

### 能源资源管理

运营过程中产生的能源消耗主要包括办公运营用电以及必要的天然气、燃油和柴油使用，资源消耗主要集中在用水和物流环节所需的包装材料等方面。围绕节能降耗目标，公司持续加强节能理念宣贯，推进资源回收与循环利用等措施，不断提升能源利用效率和资源节约水平。

- 综合能耗 **3219.39** 吨标准煤
- 汽油消耗量 **195.56** 吨
- 天然气消耗量 **9.62** 万立方米
- 柴油消耗量 **81.03** 吨

### 皖新供应链公司

**资源回收利用：**积极倡导资源回收利用，对于能利用的各类包材进行二次包装利用。2025 年，物流中心二次回收利用包装纸、纸箱、珍珠棉等包装材料，其中一般图书 317872 张，电商图书 181760 张，教材 80120 张，合计回收利用 579752 张。

**能源结构优化与清洁能源替代：**主动应对传统能源成本上升与碳排放约束，启动太阳能光伏发电项目，利用皖南物流园的厂区屋顶空地建设分布式光伏系统，覆盖面积约 6600 m<sup>2</sup>，通过清洁能源替代提升能源利用效率，降低运营成本并减少环境负荷，实现闲置空间资源的高效转化与绿色转型。

**水资源管理：**针对办公区域水资源相对紧缺、自来水成本较高且供应波动等问题，皖新供应链公司自 2025 年起探索地下水循环利用路径，通过技术改造与制度完善，构建开采、净化、回用的全流程节水管理模式，提升用水保障能力与水资源利用效率。

## 降低污染排放

持续推进绿色供应链建设，围绕采购、生产、包装及运输等关键环节，系统落实污染物减排要求。通过强化源头管控、优化过程管理和规范“三废”处置，不断降低污染排放强度。



## 三废管理

**废水管理**  
生产经营过程中不涉及高污染工业废水排放。在日常办公、门店营业、物流配送等运营环节产生的生活污水，均依法依规接入市政污水管网集中处理，确保排放合规有序。

**废气管理**  
废气排放主要来源于办公场所燃气使用及车辆运行等日常运营环节。通过加强设备日常维护管理、持续优化能源使用结构，并稳步推进新能源及节能型车辆应用，公司不断降低废气排放强度，减少运营活动对大气环境的影响。

**固体废弃物管理**  
运营过程中产生的废弃物以无害废弃物为主，主要来源于物流环节产生的废纸、包装废料，以及日常运营过程中产生的生活垃圾等，均属于一般固体废物管理范畴，不涉及危险废物。其中，物流环节产生的包装材料主要包括书籍等物品包材。

# 提升环保意识

## 践行绿色理念

系统践行绿色低碳、节约高效的发展理念，将环保意识融入经营管理和员工日常行为，推动形成全员参与、共同践行的绿色文化氛围。



阜阳公司太和分公司倡导绿色阅读理念，通过“环保纸袋回收行动”，鼓励广大顾客将使用过的纸袋回收至书店，进行二次利用，减少环境污染，推动资源循环与文化遗产的有机结合。




合肥公司设立二手书交换区，探索旧书回收积分奖励；鼓励电子书购买，减少纸张消耗。





## 倡导绿色办公

经营管理上，将节约资源、保护环境的行为准则贯彻到日常经营中，实施严格的空调温度限制规定；提倡无纸化办公和再生纸利用，推行电子化办公系统 OA 上线，运用系统平台执行常规文件的审批流转，通过电子发文和内控制度线上查阅等方式减少办公用纸的浪费及空间占用，大幅提升公司各部门办公和业务处理效率，减少大量纸质文件的使用。



**节约用电**

公司用电覆盖办公与生产两类场景，通过优化用电时段安排，提升生产设备运行效率，推进办公环节节能管理。



**节约用水**

公司用水主要来自市政供水，生产用水占比较低。持续推进节约用水措施，按月统计并分析用水量，跟踪用水目标落实情况，同时排查潜在用水异常。

### 淮北公司积极落实绿色办公举措

**暖通空调管控措施**

明确空调启停条件、规范温度与风速设置、落实门窗密闭要求和责任分工，确保空调系统在营业时间内低功率、高效率运行，降低能源消耗。

---

**照明管控措施**

充分利用自然采光，严格控制非必要照明开启，落实“人走灯灭”要求，对办公区域、公共空间和节假日用灯实行分类管控，减少无效用电。

---

**电梯管控措施**

引导员工优先采用楼梯通行，合理控制电梯使用频率，减少短距离、非必要乘梯行为，提升建筑运行整体能效。

### 案例 亳州公司积极贯彻绿色经营理念，取得显著成效



亳州公司使用 OA 办公平台，减少业务流程中对纸张的依赖；通过视频会议系统，提升远程会议质量，减少员工的非必要出差，降低碳排放；倡导员工绿色出行，减少能源消耗。2025 年办公费共计 84.74 万元，较 2024 年下降 40.13 万元；2024 年水电费共计 60.77 万元，2025 年水电费共计 54.23 万元，同比减少 6.54 万元，下降 10.76%。

## 举办环保活动

组织开展形式多样的环保公益活动，引导员工在实践参与中增强环保意识，推动绿色理念由“倡导”向“行动”转化。



2025 年 12 月，亳州公司组织员工志愿者走进华佗社区，开展主题环保公益活动，对公共区域的各类垃圾进行全面捡拾与规范分类处理，重点清理烟头、塑料袋等垃圾，助力社区营造整洁优美、绿色宜居的生活环境。

## 科普环保知识

通过开展环保科普和宣传教育活动，系统普及节能减排、资源循环利用和环境保护相关知识，增强员工参与绿色发展与环境保护工作的主动性和自觉性。

2025 年 2 月，亳州谯陵路店策划“自制净水器”活动，向孩子们介绍了水质净化的重要性以及净水器的基本原理，并引导孩子们按照步骤制作简易净水器，让孩子们在深入了解水质净化科学原理的同时，培养他们对环境保护的兴趣和责任感。

## 共建绿色书店

将绿色发展理念融入文化服务与实体运营全过程，通过开展环保宣贯培训、完善运营规范和优化管理流程等举措，积极探索将生态环保要求嵌入书店规划建设、日常运营与服务管理的绿色书店建设路径。

### 案例 共建绿色书店，将生态环保理念融入书店运营全流程



2025 年 12 月，宿州银河路店组织员工开展环保宣贯培训讲座。本次培训以“强化环保责任、规范岗位行为、共建绿色书店”为核心，介绍运营中的节能技巧，包括图书仓储合理规划降低能耗、办公区域节水节电规范、废旧图书与包装材料分类回收等实用内容，旨在将生态环保理念深度融入书店运营全流程，提升员工环保素养与实操能力，为公司可持续发展注入绿色动能。



# 03

## 社会篇

# 同心同行 共建和谐社会

皖新传媒以满足人民日益增长的精神文化需求为出发点和落脚点，积极践行社会责任，持续落实员工关爱，深化伙伴协同合作，筑牢安全生产防线，倾心投身社会公益，持续回馈社会、传递向善力量，共创幸福家园。

- ◆ 关心关爱员工
- ◆ 携手伙伴共赢
- ◆ 落实安全生产
- ◆ 投身社会公益



对 SDGs 的回应



# 关心关爱员工

## 保障员工权益

坚持以人为本的发展理念，严格遵守劳动用工相关法律法规，通过完善薪酬福利、规范用工管理与畅通民主参与渠道，切实维护员工合法权益。



坚持平等雇佣

恪守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等法律法规，遵循公开、公平、公正的招聘原则，坚决杜绝雇佣童工以及强制或任何形式的强迫劳动。公司依法依规与员工签订劳动合同，落实同工同酬，切实保障女职工合法权益。2025 年，公司合同制员工劳动合同签订率、社会保险覆盖率均为 100%。



优化薪酬福利

积极探索建立完善的薪酬福利体系，实施效益增长与人力成本调控挂钩原则，树立“效益增、薪酬增，效益降、薪酬降”的鲜明管理导向。搭建“内部优选”平台，形成良性内循环，增强员工归属感与凝聚力。开展薪酬制度改革，建立健全科学合理的薪酬分配机制，进一步提升员工获得感、幸福感和归属感。



落实民主管理

持续完善民主管理机制，依据《中华人民共和国公司法》《公司章程》等相关规定，保障职工依法、有序参与公司治理。支持工会依法履职，对涉及职工切身利益的重要事项，通过职工代表大会、工会会议等民主程序充分听取意见。同时，建立合理化建议收集、处理和反馈机制，畅通员工意见表达和反馈机制，将员工建议转化为改进管理和推动发展的实际举措，促进员工有序参与民主管理。

## 助力员工成长

### 开展员工培训

高度重视人才培养工作，在统筹企业用人需求与员工个人发展需要的基础上，不断健全人才培养与发展体系，围绕经营管理人才、科技人才和技能人才队伍建设，打造分层分类、特色鲜明的培养方案，构建科学、高效的全员学习培训体系，开设公平、多元、覆盖知识、技能与职业素养的培训课程，持续夯实人才梯队建设基础。



### 畅通发展渠道

以服务战略发展和促进员工成长为目标，依据《总部员工职业发展通道实施办法（试行）》等相关规定，并结合年度绩效考核结果，持续完善和畅通职业发展通道。2025 年，公司对总部符合职级晋升条件的员工实施职级调整，推动员工个人发展与公司高质量发展同向发力。

### 重视员工培养

打造便捷开放、触手可及的学习空间，通过优化阅读环境和资源供给，满足员工在专业能力提升、知识拓展与个人成长等方面的多元化需求。

### 案例 皖新传媒职工书屋升级启用



2025 年，总部职工书屋全面升级。书屋着力优化空间布局与功能设计，以服务职工学习与成长为导向，系统配置专业书籍与公共阅读资源，营造“爱读书、读好书、善读书”的阅读氛围，为员工提供集学习、交流与分享于一体的公共空间，持续助力职工专业能力与综合素养提升。

## 关爱员工生活

### 提升员工福祉

坚持以人为本，持续完善员工关爱机制，努力为员工营造更加温暖、舒心的工作环境，不断增强员工的获得感、幸福感和归属感。

2025 年，总部食堂制定并实施“三升一降一保”工作方案，着力提升菜品质量、服务水平和用餐环境，推动菜品价格与运营成本合理下降，并始终坚守食品安全底线，持续满足员工用餐需求，提升员工对食堂服务的满意度。

### 困难员工帮扶

根据《爱心帮扶基金实施细则》，组织报送困难员工相关材料，明确医疗帮扶、生活帮扶、助学帮扶等标准与流程，切实为困难员工及特殊群体提供帮助。

#### 皖新供应链公司

深入基层排查困难职工情况，精准帮扶、长效帮扶。2025 年春节慰问困难职工 8 名，并发放慰问金；为困难职工子女成功申请省直工会“金秋助学”助学金 2 万元；协助 12 名生病住院员工完成医疗互助报销，切实为职工排忧解难。

#### 亳州公司

对员工结婚、生育、去世等事项及时开展慰问，传递组织关怀；同时，走访退休人员，持续关注其生活状况与实际需求，切实增强员工的获得感、归属感和认同感。

## 文体娱乐活动

举办形式多样的文体娱乐活动，丰富员工文化生活，增强团队凝聚力。围绕“三八”妇女节等重要节点，组织开展主题关怀与文体活动，营造积极向上的企业文化氛围。



总部举办“三八”妇女节烘焙活动



亳州公司举办“三八”妇女节主题活动



滁州公司举办“三八”妇女节插花活动



安庆公司举办“三八”妇女节糕点制作活动



皖新文科公司举办“三八”妇女节“巧手慧心，缝出精彩”香包主题 DIY 活动

### 重视职业健康

高度重视员工职业健康与生命安全，将员工身心健康作为企业可持续发展的重要基础，严格遵循 ISO 45001 职业健康管理安全体系要求，落实对全体员工的职业健康保护措施。通过增设安全保护设备、组织健康体检等措施，持续提升员工健康水平与安全保障能力。2025 年，公司坚持“安全第一、预防为主”，工亡事故为零。



**案例 公司定期组织员工开展职业健康体检**

公司始终将员工身心健康放在重要位置，努力为员工营造健康、和谐的工作环境，将关心员工工作、关爱身心健康作为企业文化建设的重要内容，每年有计划地组织职工进行职业健康体检，确保员工有健康的体质和良好的心态投入工作，进一步提升了员工的归属感和幸福感，为公司的持续健康发展奠定了坚实基础。

## 携手伙伴共赢

### 助力行业发展

#### 行业标准制定

2025 年，公司牵头起草《研学旅游课程设计规范 (DB34/T5411-2026)》，并于 2026 年 1 月正式发布。这是继文化和旅游部发布《研学旅游课程与线路设计指南 (LB/T092-2025)》新国标后的首个研学课程地方标准，标志着安徽省研学旅游行业标准化建设迈出坚实步伐，也为安徽省研学旅游行业高质量发展提供有力的标准支撑。

#### 行业论坛交流

持续加强与行业机构及上下游单位的交流合作，积极搭建行业沟通平台，推动资源对接与市场合作，进一步提升公司的行业影响力与专业认可度。2025 年，主办 2025 图书馆资源建设“百馆论坛”，参与承办 2025 安徽馆藏图书交易大会。



2025 图书馆资源建设“百馆论坛”



2025 安徽馆藏图书交易大会

### 深化产教融合

立足产业发展需求与人才培养实际，持续深化产教融合，通过加强与职业院校、科研机构的协同合作，推动资源共享、优势互补，与合作伙伴实现协同发展、互利共赢。同时，平等对待各类市场主体，重视维护中小企业的合法权益，促进合作关系规范有序、持续深化。

#### 皖新产教智融平台

教图发行公司专注于打造“开放的职业教育生态系统”，通过共建共享、推动职业教育教学资源高质量地建设，发挥各方的专业优势，让企业实时加入教育的课程设计和研发中，让院校发挥技术优势高效转化研发成果，让学生及时明确个人定位因材施教，让社会快速进入“终身教育”时代，构建“共建、共享、共用、互通”的职业教育生态系统。

#### 皖新数字化人才培养基地

教图发行公司与华为、中国工业互联网研究院等龙头企业合作，推动人才培养与产业需求精准对接。围绕产教智融，开展职业技能培训、职业技能实操、职业等级认定、就业双选会、论坛、技能大赛等方面构建终身学习体系。皖新传媒立足安徽、辐射长三角，持续推动教育链、人才链与产业链深度融合，为数字经济发展提供高素质技术技能人才支撑。2025 年基地已累计接待来访单位 40 余家、来访人员近 400 人次，主动走访院校 51 所，高效搭建校企协同桥梁。





教图发行公司获批全国信息技术标准化技术委员会人才培养标准工作组成员单位

### 案例 开展访企拓岗合作，深化产教融合助力文旅与研学人才培养

2025 年 4 月，教图发行公司与安徽职业技术大学文化与旅游学院开展访企拓岗与专题交流活动，围绕研学旅行行业务发展、文旅产业布局、校企合作机制，以及课程共建、实践教学、实习就业衔接等内容进行深入交流。

双方立足行业发展实际和人才培养需求，积极探索校企协同育人路径，推动教学内容与产业需求对接、实践环节与岗位能力衔接、人才培养与就业导向联动，进一步夯实产教融合基础。通过此次交流，双方在推动文旅与研学领域人才培养模式优化、提升应用型人才培养质量、增强服务产业发展能力等方面形成了更加明确的合作共识。

## 强化供应商管理

系统推进供应商准入、分类管理、授信评估、定期评价与采购执行等关键环节，保障采购活动规范有序开展。

<p><b>供应商管理</b></p>	<p>制定《出版物供应商管理办法》《出版物供应商评价管理办法》等制度，加强供应商管理，建立从供应商准入、供应商合作、供应商评估跟踪在内的全流程管理机制。在供应商准入和跟踪评价过程中，建立了量化的评估工具，形成量化评价表，并将产品质量、供应价格、履约质量、配套服务等纳入考评因素，根据量化评价结果实现对供应商的分级管理，切实保障供应商库的高质量与有效性，确保采购工作的公平公正及高效开展。</p>
<p><b>采购环节</b></p>	<p>制定《招标采购管理办法》《中小学教辅及课外读物新产品选品管理办法》《重点产品选品管理办法》《合同管理办法》等制度，持续完善采购计划编制及审批流程，规范采购流程，严格执行不相容岗位相互分离、制约和监督，对图书等产品的进货渠道、内容质量严格把关。</p>
<p><b>仓储物流保障</b></p>	<p>制定《物流库房管理办法》《商品出入库管理办法》等制度。同时，为全面提升物流运作效率和服务能力，致力于构建高效、先进的智慧物流系统，开发“基于 5G 物联网技术的智能仓储系统”，结合 7S 管理工具对物流仓储现场进行优化管理，保障全流程物流服务的优质供给，促进产品从供应链端到消费端的顺畅流通。</p>

### 供应商准入标准

- ◎ 持有合法有效资质，包括营业执照、官方授权文件及相关行业许可（如食品安全、水产养殖、农产品经营、酒类生产等）。
- ◎ 具备稳定供货能力、必要的产地直供能力（如有要求）及良好市场信誉。
- ◎ 提供明确的产品质量检验报告，确保符合国家质量标准。涉及 3C 家电业务的，供应商须承诺所供产品符合《GB191-2000》等国家标准要求，具备适合运输、装卸的规范包装，确保货物安全、完好交付且为官方全新正品。

### 供应商分类管理

- A 类供应商：**长期合作，价格与质量稳定，优先选择。
- B 类供应商：**临时合作，需持续评估供货能力和产品质量，视合作情况调整采购策略。
- C 类供应商：**不符合合作要求或存在重大风险，列入黑名单，终止合作。

### 供应商授信评估管理

**资质与信用评估：**审核营业执照、经营范围及经营历史，考察生产设备、质量控制体系，分析财务状况，并参考信用记录、行业评价及过往履约情况。

**授信额度确定：**结合预计采购规模、历史合作表现及风险水平确定授信额度，优质低风险供应商额度相对较高，对新入或不稳定供应商从严控制，具体额度经风控小组评估并报批后执行。

**风险监控机制：**明确约定预付款的指定用途、交付节点、质量技术标准及相应违约责任条款。建立合同履行与对方经营状况的定期跟踪评估机制，设定关键风险预警指标。在风险可控的前提下，可依约采取或要求交易对手提供履约保证金、银行保函、信用保险等风险缓释措施，有效管理交易信用风险。

### 供应商定期评估

- ◎ 每季度或执行重要采购前，对供应商履约能力、价格合理性、产品质量、交付及时性及服务进行综合评估，并动态更新合格供应商名录。
- ◎ 针对不同产品类型分类评估，提升评估的针对性与有效性。

### 供应商准入及评估审批流程

- ◎ 业务人员对供应商资料进行完整性、真实性初审。
- ◎ 通过初审的，填写准入审批表，提交风控小组审核。
- ◎ 审批通过后，纳入合格供应商名录并建立供应商档案。
- ◎ 定期更新供应商资质与履约情况，由风控小组重新评定等级。

# 落实安全生产

## 压实主体责任

全面贯彻落实习近平总书记关于安全生产的重要指示精神，牢固树立安全发展理念，将安全生产作为企业稳健运行和高质量发展的重要基础。通过组织下属单位逐级签订安全生产责任书，将安全责任与压力层层传导至终端，确保责任分解落实到每个具体岗位、每位工作人员和各项业务环节，形成上下联动、齐抓共管、持续改进的安全生产长效机制。

## 安全隐患排查

坚持预防为主、排查在前的工作原则，聚焦重点场所和关键风险环节，常态化开展安全隐患排查与整治工作，通过强化专业检查与闭环整改管理，持续降低安全风险隐患。

### 系统开展安全隐患排查

围绕办公场所、书店门店、图书馆、物流仓储以及人流密集场所、“九小场所”和多业态混合生产经营场所等重点区域，组织开展全面、细致的隐患排查。联合消防部门或专业安全机构实施专业化检查，系统排查消防设施运行、疏散通道、用电与燃气安全、电动自行车管理及应急处置能力等重点风险。

### 健全隐患整改闭环机制

对排查发现的隐患和问题逐项建立整改清单，明确整改责任主体和完成时限，加强跟踪督办，确保问题整改到位、形成闭环管理。2025 年，与 22 家二级经营主体签订年度安全生产责任书，进一步压实安全生产主体责任，推动安全管理要求向基层单位落实。

### 强化重点场所专项治理

联合安全专家开展多轮深度查验，覆盖物流园、书店、仓库、办公楼等 20 余处物业，及时督办整改安全隐患，有效防范和化解安全风险。

## 安全宣教演练

以防灾减灾日、安全生产月、消防安全日等重要时间节点为契机，统筹开展安全知识学习培训、应急演练和宣传教育等系列活动，通过情景化演练与常态化宣教相结合的方式，强化员工安全意识和风险防范能力，提升突发事件应急处置水平。2025 年，召开专题安全会议 3 次，组织开展安全应急演练 2 次。

### 案例 开展“5.12 防灾减灾日”应急疏散演练

2025 年 5 月，公司以第 17 个“全国防灾减灾日”为契机，在总部办公大楼组织开展防灾减灾应急疏散演练。围绕提升员工应急避险和突发事件处置能力，设置应急知识培训、地震躲避演练、应急疏散演练和灾后救援演示四个环节，并邀请省地震局震害防御与应急处专家进行现场指导，系统讲解应急避震、防灾避险和紧急疏散相关知识。本次演练，有效检验了应急预案的可操作性，提升了员工防灾减灾意识和应急处置能力。

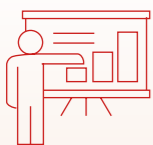


# 投身社会公益

## 助力乡村振兴

围绕乡村振兴战略要求，与 100 多家农家书屋结对共建，让文化供给直达基层、服务群众，为乡村公共文化服务体系建设和乡村振兴注入持续动力。

2025 年



- 先后积极开展消费帮扶新春行动和消费帮扶金秋行动等活动。
- 推动定点帮扶武郢村打造本村特色农产品，制定产品信息，组织下属公司以日常工作、食堂所需和工会福利发放为重点，累计采购颍东区武郢村和颍州区叶寨村农特产品 **45.27** 万元。
- 与武郢村共同举办“皖新杯”乒乓球友谊赛，推动乡村文化振兴与全民健身相融合。

### 滁州公司

深入三城镇中心学校，开展“书香润乡村 爱心送温暖”公益捐赠活动。活动面向 30 名困难学生，捐赠图书、学习用品及生活物资，推动文化关怀与乡村振兴相结合，践行国有文化企业的社会责任。

### 亳州公司

创新推出“车轮上的书店”流动服务模式，推动优质文化资源向基层下沉。通过流动售书车实现全市乡镇全覆盖，累计携带时政、农技、文学、少儿等精品图书 2 万余册，常态化走进乡镇集市、文化广场和学校，将阅读服务直接送到群众身边。同时，选取 7 个基础薄弱农家书屋开展结对共建，配套实施阅读推广、农技培训和专题讲座，形成“流动服务+阵地共建”的文化惠民新路径。

## 躬耕社会公益

坚持将社会公益融入企业发展实践，立足国有文化企业职责使命，持续开展多形式公益活动。通过发挥资源整合和组织协同优势，不断拓展参与公益活动的深度与广度。

### 新华图书公司

对乡村地区开展“点亮阅读微心愿 图书漂流活动”，覆盖 81 所乡村学校与 609 家农家书屋，累计实现 3010 个阅读心愿。

### 教图发行公司

推进“阅读名师领航计划”，深入全省 11 个县区 11 所中小学，开展讲座、座谈及图书捐赠活动，服务师生超 2 万人次。



宿州公司联合西关街道祥安社区共同开展“书香伴重阳 敬老情更浓”的暖心敬老活动

## 开展志愿服务

持续完善志愿服务组织与运行机制，引导员工广泛参与各类志愿服务活动，切实将志愿服务精神融入企业文化与日常工作，凝聚起向上向善的皖新力量。2025 年，参加社会贡献活动 9583 人次、累计时长 15204.50 小时。

## 服务教育事业

立足文化与教育主责主业，持续深化教育服务体系建设，通过搭建高质量阅读教育平台，开展覆盖面广、参与度高的教育活动，积极服务立德树人根本任务。围绕高考等重要教育服务场景，设置高考服务点，为考生及家长提供咨询引导和应急保障等服务，切实提升教育服务的可及性、便利性与公益性。

### 案例 皖新传媒承办第二届安徽青少年阅读教育大会

2025 年 11 月，皖新传媒承办第二届安徽青少年阅读教育大会。大会以“皖读润心启风尚，文化聚能建强省”为主题，汇聚教育主管部门、阅读领域专家名师以及全省 16 个市、64 个县（区）教育主管部门和中小学代表共 300 余人，围绕青少年阅读教育高质量发展开展深入交流研讨。

通过主旨讲话、专家讲座、经验分享等形式，系统探讨校园阅读推广、教师阅读教学能力提升、数字技术赋能阅读教育、科学阅读与思维培养等重点议题，进一步凝聚了政策引领、专家赋能、科技支撑、协同推进的阅读教育发展共识。



### 案例 皖新传媒持续开展“爱心助考”行动，以暖心服务护航学子圆梦之路

2025 年 6 月高考期间，全省十六市的百余家新华书店设立“皖新助考”服务点，化身为莘莘学子奔赴梦想的“清凉港湾”与“能量补给站”，全方位为考生、送考家长及教师提供相关物资与服务。

“爱心助考”行动覆盖全省 16 个市的百余家门店。各地门店结合考点实际和考生需求，因地制宜设置服务站点，既为考生提供应急保障，也为家长提供休憩、咨询和临时补给等便利服务，形成了覆盖广泛、响应及时、形式多样的助考服务网络，充分体现了皖新传媒立足文化教育主业、主动服务社会需求的责任担当。



## 未来展望

站在“十五五”开局之年的新起点上，皖新传媒将锚定更高目标，谋划更实举措，始终坚守文化初心、勇担时代使命，以实干夯基、以创新赋能，持续深化全民阅读推广，推动优质文化资源向基层延伸、与社会共享。主动把企业发展融入国家文化发展战略与区域发展大局，在履行国有文化企业责任中不断夯实内生发展动力，以更加稳健的步伐、更加笃定的姿态，为高质量发展贡献力量。



# 附录

## 指标索引

一级标题	二级标题	《中国企业可持续发展报告指南》 (CASS-ESG 6.0)	位置
关于本报告		P1.1-1.2	P4
董事长致辞		P2.1	P6-P7
走进皖新传媒	公司概况	P3.1	P8
	发展历程	\	P9
	发展战略	P3.2	P10
	企业文化	P3.1	P10
	数说 2025	\	P11
	年度荣誉	S2.1.12	P12-P13
可持续发展管理	可持续发展治理	G1.1.1-G1.1.2	P14
	可持续发展能力	G1.1.3	P15
	利益相关方沟通	G1.3.2	P16
	重要性议题分析	G1.1.9	P17
专题一 书香皖新：文化惠民共筑精神家园	\	P18-P25	
专题二 数字皖新：AI 赋能推动产业转型	\	P26-P29	

一级标题	二级标题	《中国企业可持续发展报告指南》 (CASS-ESG 6.0)	位置
治理篇：规范运营，筑牢发展基石	坚持党建引领	\	P32-P33
	完善公司治理	G2.1.1-G2.1.3,G2.1.6,G2.2.1-G2.2.3	P34-P40
	优化客户服务	S3.3.1-S3.3.2	P41-P46
	引领科技创新	S2.1.1-S2.1.7,S2.1.11	P47-P49
环境篇：绿色转型，擘画生态蓝图	应对气候变化	E1.1.1-E1.1.8	P52-P54
	环境合规管理	E2.1.1,E2.4.1,E2.4.4	P55
	推进节能减排	E3.1.1,E3.2.1,E3.2.3	P56-P57
	提升环保意识	E3.3.2	P58-P61
社会篇：同心同行，共建和谐社会	关心关爱员工	S4.1.3-S4.1.6,S4.1.11-S4.1.12	P64-P69
	携手伙伴共赢	S2.1.3	P70-P73
	落实安全生产	S4.2.1-S4.2.6	P74-P75
	投身社会公益	S1.1.1-S1.1.5,S1.2.1-S1.2.4	P76-P79
未来展望		A1	P80
附录	指标索引	A3	P82-P83
	关键绩效	A2	P84-P85
	意见反馈	A6	P86

## 关键绩效

指标	单位	2025 年
<b>环境绩效</b>		
碳排放总量	吨二氧化碳当量	12828.27
范围一	吨二氧化碳当量	1053.71
范围二	吨二氧化碳当量	11774.56
碳排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.0160
汽油消耗量	吨	195.56
柴油消耗量	吨	81.03
外购电力	万千瓦时	2194.29
总耗水量	万吨	38.49
用电量	万千瓦时	2180.28
天然气消耗量	万立方米	9.62
综合能耗	吨标准煤	3219.39
指标	单位	2025 年
<b>社会绩效</b>		
研发投入金额	万元	2292.92
研发投入占主营业务收入比例	%	0.29
研发人员数量	人	74
研发人员占员工总人数比例	%	1.27
有效专利数	件	19
软件著作权数量	件	285
<b>员工构成情况</b>		
员工总数	人	5818
男性员工数量	人	3258
女性员工数量	人	2560
女性员工比例	%	44
硕士及以上	人	159
本科	人	2408
大专	人	2144
高中及以下	人	1107
合同制员工劳动合同签订率	%	100

指标	单位	2025 年
<b>社会绩效</b>		
合同制员工社会保险覆盖率	%	100
职业病发生人数	人	0
职业病发生率	%	0
因工死亡人数	人	0
死亡率	%	0
安全培训时长	小时	6920.30
人均安全培训时长	小时	1.19
安全生产投入	万元	308.46
发生安全事故数量	例	0
重大及以上事故数	例	0
员工培训人次	人次	25915
员工培训总时长	小时	120426.60
人均培训时长	小时	20.70
人均培训投入	万元	0.045
员工培训 / 职工教育经费支出金额	万元	261.01
公司本部员工流失 / 离职数量 (除退休等自然减员情况)	人	0
公司本部员工流失率 / 离职率 (除退休等自然减员情况)	%	0
公司本部员工培训覆盖率	%	100
社会贡献投入 (包括但不限于对外捐赠投入) 资金金额	万元	999.43
社会贡献活动 (包括但不限于志愿者服务活动) 参与人次	人次	9583
社会贡献活动 (包括但不限于志愿者服务活动) 累计参与时长	小时	15204.50
指标	单位	2025 年
<b>治理绩效</b>		
客户满意度	%	99.06
合规培训人次	人次	1027
合规培训时长	小时	2569.74
接受反商业贿赂及反贪污培训的人次	人次	20156
接受反商业贿赂及反贪污培训的中高级管理人员比例	%	100

注：员工培训总时长 = Σ (单场培训时长 × 该场实际参训人次)，员工培训人次不含接受合规培训、反商业贿赂及反贪污培训的人次。  
员工流失 (离职) 数量、员工流失 (离职) 率、员工培训覆盖率、工伤率、因工伤损失工作日数及工伤人数等关键绩效，统计范围均为公司总部。

## 意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《皖新传媒 2025 年度可持续发展报告》，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

联系地址：安徽省合肥市包河区万年埠街道云谷路 1718 号  
电子邮箱：ir@wxm.com  
联系电话：0551-62661323、62634712

您的信息：

姓名 \_\_\_\_\_ 联系电话 \_\_\_\_\_

工作单位 \_\_\_\_\_ 邮箱地址 \_\_\_\_\_

选择性问题的（请在相应位置打“√”）：

请您评价本报告反映皖新传媒对经济、社会、环境的重大影响程度：	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告对利益相关方关心问题进行的回应和披露：	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性：	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告的可读性：	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
请您对本报告进行综合性评价：	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差

开放性问题：

您对皖新传媒 ESG 工作有哪些建议？

您认为本报告还需要增加披露哪些 ESG 信息？

您认为本报告为您提供了哪些有价值的 ESG 信息？

您认为本报告存在哪些不足？

皖新  
传媒  
WANXIN  
MEDIA