

新华文轩出版传媒股份有限公司

2016 年度社会责任报告

目录

前言 2

1. 传承发展 3

 1.1. 服务教育事业 3

 1.2. 响应并推行全民阅读 4

 1.3. 弘扬中华文明 4

2. 分享共赢 5

 2.1. 员工发展 5

 • 员工权益 5

 • 培训发展 6

 • 健康安全 7

 • 员工福利 7

 2.2. 反贪污 8

 2.3. 价值链管控 8

 • 出版 8

 • 印刷 8

 • 物流 9

 • 消费者 9

3. 绿色运营 10

 3.1. 排放物管理 10

 3.2. 资源节约 10

前言

本公司认为，本公司作为服务型文化传媒集团，以传承中华文化、服务社会为己任，密切关注企业社会责任的履行与可持续发展。关注环境、奉献社会、着力管治，不仅是本公司对各方支持、关心力量的反馈，更是本公司实现可持续发展、实现公司发展战略、达成目标以及提质增效的重要保障。在稳健提升财务绩效的同时，本公司不忘自身文化企业特征的基本属性，以更积极的姿态实践并创造价值，努力开拓市场，优化业务模式，并将承担企业社会责任融入到公司的经营发展之中，追求公司与客户、员工、股东和社会的共同进步和发展。

本公司根据上海证券交易所《关于加强上市公司承担社会责任工作的通知》、《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》及《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》的要求编制本社会责任报告（[本报告]），报告时间跨度为零一六年一月一日至十二月三十一日（[报告期内]）。报告覆盖本公司总部及分公司、全资子公司及控股公司。

1. 传承发展

中华文明源远流长、古蜀文化溢彩飘香，本公司从这份厚重的积淀中获取发展养分，并以传承中华文明、引领产业发展为使命，深耕教育服务、开展公益、倡导全民阅读、弘扬民族文化，让人们卓有成效地学习、有品质地享受精神文化生活。

报告期内，本公司为社区捐赠图书 67,264 册，慈善捐款 2,193 万元人民币。

1.1. 服务教育事业

本公司秉持“用心成就未来”的理念，勇于探索、创新，全方位、多维度地服务于教育事业。本公司在提升服务质量方面，强化教育服务的“软、硬件”实力，专业负责中小学教学用书、教育信息化服务、教育装备、教育培训咨询等产品的研发组织、推广服务，全心打造专业的教育服务运营平台。

本公司根据全民基础教育的发展与要求，每年联合教育科研、编辑出版、教育技术等机构，与学校教师、教育管理者开展多种形式的培训与交流活动；每年组织开展“村小圆梦”、“校园文化建设”等大型主题活动和大量社会公益服务活动，不断提升教育服务水平，其中“村小圆梦”活动自 2013 年开展以来，已基本覆盖全省所有村小，获得了社会大众的认可与好评。同时，本公司在坚持保障“课前到书、按时供应”的基础上，结合国家教育信息化发展战略，不断提升教育服务水平，围绕课堂教学提供整体解决方案，在传统教育服务的基础上，拓展出了如“优课数字教室”、“电子书包”等一系列教育信息化服务产品，受到了学生、教师及教育管理者的好评。

	
优课数字教室	“村小圆梦活动”-大学生陪弟弟妹妹过暑假

1.2. 响应并推行全民阅读

本公司始终铭记着回馈社会大众、服务文化事业的企业责任，围绕服务书香社会，借助出版发行主业优势，垂直纵深阅读服务网络优势，打造了一系列文化帮扶公益活动。其中包括“书香七进”阅读活动——走进学校、家庭、社区、农村、企业、机关、军营；“全民阅读进行校园”；“走进川藏线，送书到兵站”；“重走长征路，送书到老区”；“书香天府·2016 年农民读书月”等等。本公司期待通过推动全民阅读进基层，让书香撒满人间、让城市乡村因为阅读而美好。同时，为提升读者阅读体验，本公司还持续加强零售门店的信息化建设，打造智慧书城，以经营用户为核心，从阅读服务切入，全面提升实体店的品牌影响力，为消费者提供便利的阅读及文化相关服务。本公司依托遍布四川省各级城市的门店优势，创立并持续打造“文轩姐姐讲故事”、“轩客玩家”等系列文轩阅读文化活动品牌，形成了较大社会影响力。

	
乐山书城-儿童书店	社区书屋-新书免费借
	
轩客会 24 小时书店-著名作家分享枕边书的故事	书香进校园-作家进校园

1.3. 弘扬中华文明

2016 年，在国家大力推动文化“走出去”、增强国际文化影响力的政策指引下，本公司不断加强中国文化的国际传播力建设，通过重点图书出版策划、抓重点项目、参加国际书展等工作，开展传承并弘扬传统文化传播工程。报告期内，本公司以优质图书和原创精品为核心，以版权输出为基础，以项目合作为突破口，通过文化输出和人文互动的形式传承传统文化、弘扬中华文明；不断

推进出版产品在内容、版权、品牌、合作方式等方面的全方位提升，扩大中华文化的国际影响力，为“讲好中国故事、弘扬中华文化、传播中国声音”做出贡献。

2. 分享共赢

本公司致力于创建一个开放、融合、共创、分享的文化传媒平台，做优秀文化传播的引领者，成为最具价值的文化产业战略投资者和整合者以及优秀的文化企业公民，与员工、合作伙伴一起创造文化价值，共享文化未来。

2.1. 员工发展

本公司奉行“以人为本”的人力资源理念，秉承“赛马识好马”、“实干造就人才”的管理思想，不断完善人才管理机制，持续优化人力资源结构，以期实现企业发展与员工共成长、共进步。

● 员工权益

本公司遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等相关劳动法律法规，坚持平等雇佣，禁止就业歧视和强迫劳动，坚决杜绝雇佣童工，保障员工享有节日假、年休假、婚假、产假等法定假期。本公司不断完善人才的选拔、融合、培育、激励、淘汰机制，提供公开、平等的聘用机会。本公司坚持平等、自愿、协商一致的原则理念，与员工签订书面劳动合同，并通过《员工手册》让员工了解本公司的企业文化、价值理念、经营和管理模式等相关基本情况，对员工的工作行为进行指引及规范。报告期内，本公司未发生违规雇佣事件。

本公司不断完善和优化本公司的雇员薪酬政策和薪酬管理体系，建立了企业与员工共同发展的激励机制。本公司的标准薪酬待遇包括基本薪金、绩效奖金及福利，并为员工提供养老、医疗、失业、工伤、生育等保险以及住房公积金、企业年金等保障。

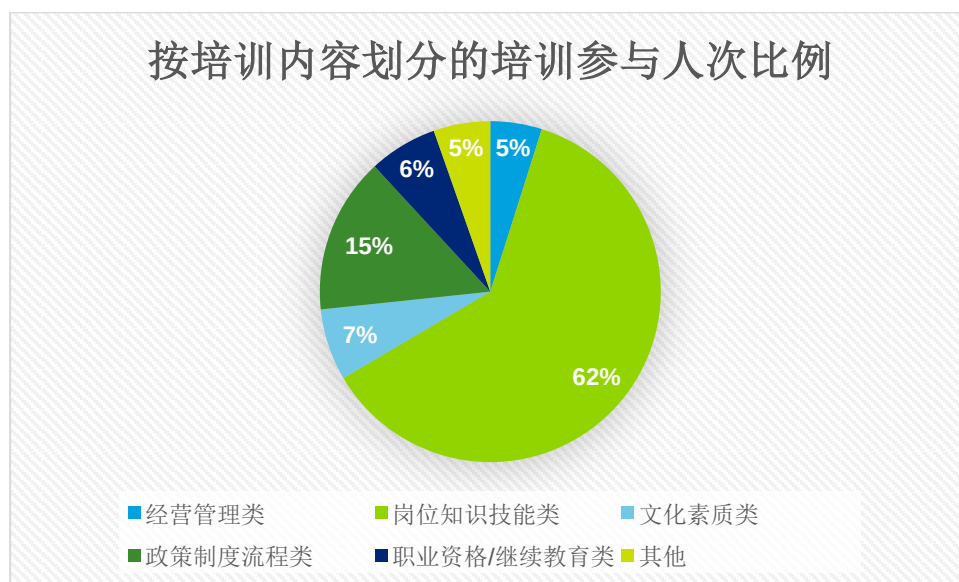
截至报告期止，本公司员工概况如下：

划分类型	人数
母公司在职工工的数量	4,938
主要子公司在职工工的数量	2,805
在职工工的数量合计	7,743
母公司及主要子公司需承担费用的离退休人数	0
按性别划分的员工人数	
男性	3,251
女性	4,492
按专业构成类别划分员工人数	
生产人员	567
销售人员	3,860
技术人员	721

财务人员	345
专业支持人员	1,555
管理人员	695
按教育程度划分员工人数	
研究生及以上	284
大学本科	1,786
大学专科	2,769
高中及以下	2,904
按年龄组别划分的员工人数	
30 岁及以下	1,643
31-40 岁	2,410
41-50 岁	2,730
51 岁及以上	960

● 培训发展

本公司以培训为载体创建内部人才展示与交流的平台，挖掘公司人力资源潜力，加强后备人才培养。对员工的培训采取统一管理、分层实施的原则，建立多层次、多形式的培训体系。本公司每年的培训类别涵盖经营管理、岗位技能、文化素养、职业资格等诸多方面，采取内训、外训、网络学习、知识竞赛等多种方式进行，关注培训的针对性及有效性，切实提升各层级员工的技能和专业素养、扩展工作领域。报告期内，本公司根据业务需要组织了资本运营、品牌经营、数字出版讲座等培训近 200 场，将组织能力锻造融入到各类培训活动之中。



	
零售优秀员工培训	中盘拓展训练

● 健康安全

本公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》等有关法律法规的规定，把员工的健康与安全放在首位，每年组织员工体检，并确保有职业病威胁的员工全员接受职业病检查；同时，本公司根据《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》等法律法规，制定了《安全生产、消防管理办法（暂行）》，落实各级责任主体，完善管理机制，切实保障生产安全。报告期内，本公司未发生重大安全或职业健康问题。

● 员工福利

本公司尊重员工及工会意见，建立正式的监督管理通道，最大限度保障员工各项权益，重视员工关怀，建立了困难及患病职工慰问机制。报告期内，本公司组织举办了“职工之家”创建活动、“第二届文轩员工体育运动会”、“五四”青年节主题活动、“出版发行融合发展”主题征文活动等，推进企业文化建设，丰富员工的文化生活。



拔河比赛

2.2. 反贪污

本公司严格遵守《公司法》及反贪污、贿赂等相关法律法规，从制度层面推进公司合规治理和运营，制定了《干部廉洁从业评价实施办法》、《投诉举报制度》，加强诚信体系建设，设立畅通的受理投诉举报平台，坚决抵制商业贿赂、腐败和欺诈等违法行为；同时积极开展廉洁从业专题教育，参与者累计达到 1000 余人次。本公司纪检监察室按照制度要求，受理投诉举报事项并进行相应的调查、核实、处置工作。报告期内，本公司已遵守相关的法律法规并且未发现贪污、贿赂案件。

2.3. 价值链管控

十年耕耘，本公司的发展离不开全产业链的谋篇布局、精心设计。在出版、印刷、物流、服务消费者等环节的深入分析、严格把控之下，公司产业链的整体实力得到保证，以此生产贴合大众文化需求的产品，为消费者提供安全、便捷的全方位服务。

本公司高度重视知识产权保护，不断加强本公司员工对知识产权的认知和学习，努力提高尊重和保护知识产权意识，实现价值提升。本公司于报告期内通过了四川省知识产权示范企业验收，截至报告期末，本公司共持有商标数 204 个，报告期内新申请商标 9 个，成功续展商标 9 个。

在价值链管控上，本公司关注供应商相关资质，确保产品采购合规、公平，产品质量符合标准，加强与供应商沟通，携手完成共同目标。目前本公司主要供应商可分为三类，印刷设备及耗材供应商 73 家，出版物供应商 1048 家，印刷厂 62 家。

● 出版

本公司提出“以出好书为目标，推动文轩出版的改革与发展”的出版工作总体思路，建立灵活有效的体制机制，出好书，出人才，实现社会效益与经济效益的统一，树立文轩出版品牌新形象。为严格把控出版物质量，本公司通过组织专家审读，以保障出版物不出现知识型错误及错别字等质量问题，组织定期抽查出版社档案管理，严保出版质量。在打通出版发行产业链后，公司创新探索，有效提升了本公司出版实力。同时，本公司努力推进出版数字化转型升级、产业链延伸和媒体融合发展的探索与实践，推进传统出版和新兴传媒业务的融合发展，为公司业务拓展提供新的发展动力。

● 印刷

本公司印刷业务以印制教材教辅为主。为提升教材教辅印装质量管控，保证“课前到书”，本公司根据相关法律法规针对印刷厂准入的资质条件、生产规范制定了《承印单位考核办法》、《教辅质量抽检办法和检验标准》、《印制周期管理办法》等考核管理制度。其中，规定承印九年义务教育教材的印刷企业必须提供中国环境标志产品认证证书；对印刷厂实行期限为三年的评级，以分级管理分派教材教辅的承印业务等一系列管理办法，筛选合格印刷厂，实现对印刷产品质量的管控。

报告期内，本公司附属公司四川新华印刷有限责任公司被国家新闻出版广电总局和中国印刷技术协会评为推进绿色印刷标兵企业。

为加强印制产品原材料的管控，本公司还对印刷厂纸张、油墨等原辅料的采购进行统一管理，建立产品采购质量评价机制，严格执行有关国家及行业标准，并对纸张、油墨质量进行比选及监督抽样检查。

本公司在严格把控产品印刷质量的基础上，建立了完善的质量问题处理体系。遵循《印制质量管理办法》，引入对印装质量不合格产品的承印单位处罚机制，按照产品印制质量标准的不同要求，实施对应扣减印工费，情节严重则取消承印资格的管控措施，有效保证产品印刷质量。

● 物流

本公司依托信息化建设，整合物流体系、优化业务流程、拓展配送空间，着力发展高效率、现代化的物流平台，实现出版物及信息从供应到消费的有效流动和储存效益。

报告期内，华北物流中心迁址完成并投入使用，构建完善了本公司全国物流网络的核心骨干节点，增强了物流的整体作业能力和协同能力，有效提升了电子商务和自有出版的物流配送支持能力。报告期内本公司电商图书次日送达率 80%以上，自有图书 24 小时出库率达到 90%以上。同时，本公司着力推进物流转型发展，提升运营能力，增强传统物流向现代物流转变的意识，开展社会化经营业务，促进第三方物流服务上台阶。报告期内，在进行大量的市场调研及筛选高附加值客户的基础上，公司三方运输业务实现了从无到有的跨越式发展，初步形成了一支专业化的三方组织运输团队。

● 消费者

本公司始终把服务消费者作为价值链上最重要的环节，在严格的质量体系基础上，建立完备的消费者保障服务，确保消费者得到贴心、舒适的阅读体验。

为保障消费者权益，本公司建立了完善的售后服务及信息安全体制。消费者信息会加密保护，专人管理，业务部门若要获取该等信息需履行严格的审批。公司出版物实行销售质量首问责任制，每本书版权页上印有投诉专用电话，针对读者反映的质量问题，谁接访，谁负责到底，保证及时退换有质量问题的产品，为用户提供优质服务。

电子商务领域，本公司建立了纸质书网络销售平台“文轩网”和数字内容推送平台“九月网”，持续完善多渠道网络连锁店模式，不断适应网购消费新趋势，有效提升消费者购书体验。报告期内，本公司已拥有 300 余家网络连锁店，常备图书达到 70 万种。

3. 绿色运营

本公司遵循《中华人民共和国环境保护法》等环境保护相关法律法规，以绿色环保为公司的发展理念，努力减少对环境及气候变化的影响，有针对性地鼓励环保习惯。公司通过培训、教育及宣传活动，积极鼓励员工保护环境、绿色办公。报告期内，本公司未出现任何因违反有关环境法律法规受到处罚的情况。

3.1. 排放物管理

本公司是以出版物出版、销售为主的企业，除有部分自有印刷业务外，不涉及生产。本公司所属印刷企业严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国清洁生产促进法》等法规，以绿色印刷的指标严格要求自我，努力实现废物回收再利用、排放物的自然可降解，最大限度减少了对生态环境的影响，旨在为广大消费者提供健康、安全的印刷产品。报告期内，本公司自有印刷厂被国家新闻出版广电总局和中国印刷技术协会评为推进绿色印刷标兵企业。本公司在对自身的高标准要求基础上，还要求其他与本公司合作的印刷企业及原辅料供应商，对印制的产品和提供的原材料也应满足绿色运营的标准，从而带动产业链为环境做贡献。

本公司排放物主要来自物流和日常办公产生的包装废料、生活垃圾、生活污水，以及印刷厂印刷工艺产生的挥发性废气、废油墨等有害废弃物、废纸和边角料等无害废弃物。物流及日常办公产生的排放物都交由市政处理。印刷厂排放物管理举措主要如下：

- 保证通风，生产线上装备集气罩及除尘设施，减少非甲烷总烃及粉尘排放；
- 废纸、边角料等无害废弃物及废印版回收再次利用，废洗车液、废油墨等有害废弃物统一收集，定期由有资质的单位进行统一处理；
- 对书刊轮转机加装集中供墨系统，并使用低挥发性的油墨及热熔胶，减少有害废弃物的产生。

3.2. 资源节约

本公司注重绿色文化培养，以节约引领潮流，以环保打造时尚，加强电子信息管理平台的建设，在绿色办公的氛围下凝聚力量，有效服务公司总体目标。

为提高能源利用效率，本公司持续推进办公节能化、低碳化，减少燃料、水、电等能源的使用，报告期内主要举措如下：

- 全面采用 OA 信息管理平台，提倡无纸化办公，减少纸张、档案袋等纸制品的使用；
- 要求承印印刷厂具有节能设备及绿色印刷资质；
- 促进物流废包装循环使用，在门店寄送返品时使用废包装纸及纸箱进行包装；

- 印刷厂、各地门店等下级单位更换使用 LED 灯照明；
- 强化节约用水，在零售卖场和公司办公区域内的卫生间、洗手间等处张贴“节约用水”宣传标语；
- 开发并推广可完全降解、易于回收利用的“石头纸”做的笔记本。