



可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT

2024

关于本报告

本报告是江苏凤凰出版传媒股份有限公司发布的第 12 份独立报告。随着实践深化和理念更新，为更好地回应利益相关方诉求，报告名称自 2024 年起由“社会责任报告”更名为“可持续发展报告”，本报告亦为公司发布的第 1 份可持续发展报告。

组织范围

本报告覆盖江苏凤凰出版传媒股份有限公司及其下属公司（与合并财务报表所覆盖的范围一致）。

时间范围

本报告时间跨度为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告的可比性与完整性，部分信息适当向前追溯、向后延伸。

称谓说明

为便于表达和阅读，“江苏凤凰出版传媒股份有限公司”在报告中也以“凤凰传媒”“我们”“公司”表示。

数据说明

本报告披露的财务数据来源于《江苏凤凰出版传媒股份有限公司 2024 年年度报告》。其他数据均来自公司正式文件和统计报告，经公司相关部门审核后发布。如无特殊说明，本报告涉及货币金额均为人民币。

报告参考标准

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 14 号——可持续发展报告（试行）》

国务院国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究课题》

财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》

联合国《2030 年可持续发展议程》（SDGs）

全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）

国际标准化组织（ISO）《ISO26000：社会责任指南（2010）》

报告原则

本报告遵循有关“重要性”“量化”“一致性”原则的要求。通过对照国内外监管要求、评级标准，并结合 ESG 最新趋势和相关方问卷调研，筛选关键实质性议题回应“重要性”原则。通过建立覆盖公司本部和所属公司的 ESG 信息化系统，对 ESG 报告中的关键披露指标进行量化统计，回应“量化”原则。通过参考公司年报的披露范围，使用统一的数据披露口径及统计方法回应“一致性”原则。

报告获取

本报告以 PDF 电子文档形式在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn/>）和本公司网站（<https://www.ppm.cn/>）供查阅和下载。

目录

CONTENTS

| | |
|----|---------|
| 01 | 关于本报告 |
| 04 | 董事长致辞 |
| 06 | 走进凤凰传媒 |
| 09 | 可持续发展治理 |

01

以治理为本 构建稳固根基

| | |
|--------|----|
| 完善公司治理 | 14 |
| 严格风险管控 | 18 |
| 保护知识产权 | 22 |
| 坚持党建引领 | 24 |

03

以和谐为本 共创幸福生活

| | |
|---------|----|
| 勇担文化使命 | 40 |
| 携手员工发展 | 42 |
| 重视伙伴共赢 | 45 |
| 推动数字化发展 | 50 |
| 倾力回报社会 | 54 |

02

以环保为本 守护绿色生态

| | |
|--------|----|
| 开展绿色管理 | 28 |
| 践行低碳发展 | 32 |
| 贡献绿色实践 | 36 |

| | |
|----|------|
| 56 | 展望未来 |
| 57 | 绩效表 |
| 64 | 指标索引 |
| 65 | 意见反馈 |



董事长致辞



2024 年作为“十四五”承上启下的关键之年，也是凤凰传媒在高质量发展道路上迈出坚实步伐的重要一年。面对出版行业市场竞争加剧与数智化浪潮的双重考验，凤凰传媒坚持聚焦主业提高质效、创新融合培育动能、深化改革破解难题、强化管理防范风险，始终坚守“内容为王”的立身之本，推动社会效益与经济效益“双效统一”，以科技创新为动能，在内容生产、绿色发展、社会责任和公司治理等维度持续发力，以实际行动诠释文化企业的使命担当。

提升治理效能，筑牢高质量发展根基

卓越治理是凤凰传媒行稳致远的压舱石。我们将党的领导贯穿经营管理全过程，落实党建工作责任制、法治建设责任制、安全生产工作责任制，保障企业经营管理始终沿着正确方向发展。2024 年，我们加强制度建设，进一步发挥制度管根本、管长远的作用；通过组织协同、审核把关、防范风险，不断提升重大事项决策、处置的科学化水平；加强安全生产责任落实，召开安全专题会议，常态化开展检查整改，举办培训及疏散演习，实现全年安全稳定无事故。

践行绿色发展，赋能低碳未来

绿色发展是凤凰传媒发展新质生产力的重点培育方向之一。我们将低碳发展理念贯穿于业务经营全过程，多措并举推进节能减排与生态保护。2024 年，我们推行能源精细化管理，通过空调系统优化技术降低能耗，通过使用分布式光伏提高绿电使用比率，创新间接蒸发冷却技术构建循环水利用系统，采用新能源物流车替代传统燃油车，打造图书周转箱循环共用系统，以资源高效循环利用驱动图书出版行业绿色升级。2024 年，我们围绕绿色出版核心，推行 FSC/PEFC 认证纸张和供应商绿色印刷工艺，教材印制品环保辅材使用率达 100%，以实际行动践行“双碳”战略，打造出版行业的可持续发展标杆。

深耕文化惠民，共筑精神家园

文化惠民是国有企业的使命担当。2024 年，我们以优质服务供给满足人民群众精神文化需求，在文化惠民中践行职责使命。我们高质量举办第十四届江苏书展以及馆藏图书展销会，开展超过 6,000 场全民阅读推广活动，推动书香社会的建设进程；连续 46 年坚守“课前到书，人手一册”的郑重承诺，重点理论读物发行量达 484 万册，

为全省理论学习筑牢根基；我们创建的数字农家书屋已覆盖 750 万用户，“凤凰少年书架”公益项目捐赠数额超过 2,000 万元，这一份文化惠民答卷温暖人心。

人才队伍建设是凤凰传媒高质量发展的关键支撑。我们践行“发展依靠职工、成果惠及职工”的理念，落实职代会代表提案、发挥职代会民主监督作用；举办岗位技能大赛与读书分享会，升级员工健身中心硬件设施，开展龙舟赛、健步走等凤凰特色体育活动，支持书画摄影协会等文体协会蓬勃发展，以务实举措凝聚奋进力量，在幸福企业建设中提升员工福祉。

深化数智赋能，培育创新发展动能

2024 年，我们以创新引领融合发展，在转型升级中提高核心竞争力。我们出台《加快发展新质生产力意见》，召开首届创新工作会议，首批推出 13 个创新项目，自有出版数字服务平台用户突破 2,200 万。我们启动凤凰人工智能建设规划，“凤凰智灵”入选国家新闻出版署 2024 年度出版业科技与标准创新示范项目“科技创新成果奖”；联动 18 家战略伙伴共筑生态矩阵，深化全产业链协同创新，激活集聚式发展新势能。

站在“十四五”收官的历史节点，我们深知：可持续发展不是选择题，而是必答题；不是百米冲刺，而是永续接力。面向未来，凤凰传媒将始终牢记使命担当，以更高站位践行可持续发展理念，坚持稳中求进，坚持守正创新，以数字化转型赋能全产业链升级，向着建设世界一流出版传媒企业的目标阔步前行！

走进凤凰传媒

公司介绍

江苏凤凰出版传媒股份有限公司成立于 2011 年 3 月 28 日，是全国中小学教材第二大出版商。公司大众出版业务位列国内第一阵营，国家级出版大奖获奖总数位居全国前列；发行板块主要经济指标居全国同行前列。公司于 2011 年 11 月 30 日在上海证券交易所上市，简称“凤凰传媒”，证券代码“601928”。

凤凰传媒的主营业务为图书、报刊、电子出版物、音像制品的编辑出版、发行，公司教育出版、一般图书出版、图书发行等主要业务板块在国内出版集团的排名均位居前列。在巩固传统业务优势的基础上，公司持续加大转型升级力度，积极完善产业布局，在智慧教育、数据中心、影视、职业教育等产业积极拓展，形成新旧媒体有效融合、新老业务相辅相成的产业布局。公司已形成一体化的产业链和多媒体、多业态的文化产业生态圈，各板块之间资源共享，业务协同，有效降低成本，提高经营质效，做到内容、渠道、技术、物业等优质资源价值最大化。

截至报告期末，公司下辖全资及控股子公司 73 家。所属 20 多家出版机构中有 6 家出版社进入中国百佳出版社行列，被评为国家一级出版社。拥有销售网点 1,400 个，总建筑面积超 100 万平方米，拥有居全国同行前列的图书物流配送中心；公司资产总额达 307.47 亿元，年营业收入 136.06 亿元。



荣誉大事件



当选 2024 全球出版企业 50 强
第 11 名

入选国家版署
出版智库高质量建设计划
(连续三年)

凤凰出版融合发展智库

国家版署 2024 年度
出版业科技与标准创新项目
“科技创新成果奖”

凤凰智灵平台

国家版署 2024 年度
出版融合发展工程数字
出版优质平台

小凤凰 FM

入选中宣部 2024 年主题出版重点
出版物选题 (数量地方出版集团
第一，全国出版集团第二)

凤凰传媒 7 种选题

入选国家“十四五”出版规划第二
次增补项目 (增补和入选总数均位
居全国出版集团前三)

凤凰传媒 21 个项目

入选 2024 年度
国家出版基金资助项目
数量居全国出版集团前三

凤凰传媒 15 个项目

入选 2024 年
“中国好书”
月榜

凤凰传媒 16 种图书

上榜
《2023/2024 出版品牌影响力报告》
top100

凤凰传媒 8 个品牌

亮点绩效

治理绩效



环境绩效



社会绩效



可持续发展治理

作为富有责任感的上市公司，凤凰传媒依据监管要求，结合自身特色，以加强可持续发展管理工作为抓手，建立组织架构，识别并评估实质性议题，开展与利益相关方的沟通工作，打造公司内部可持续发展文化氛围，不断推动公司高质量发展。

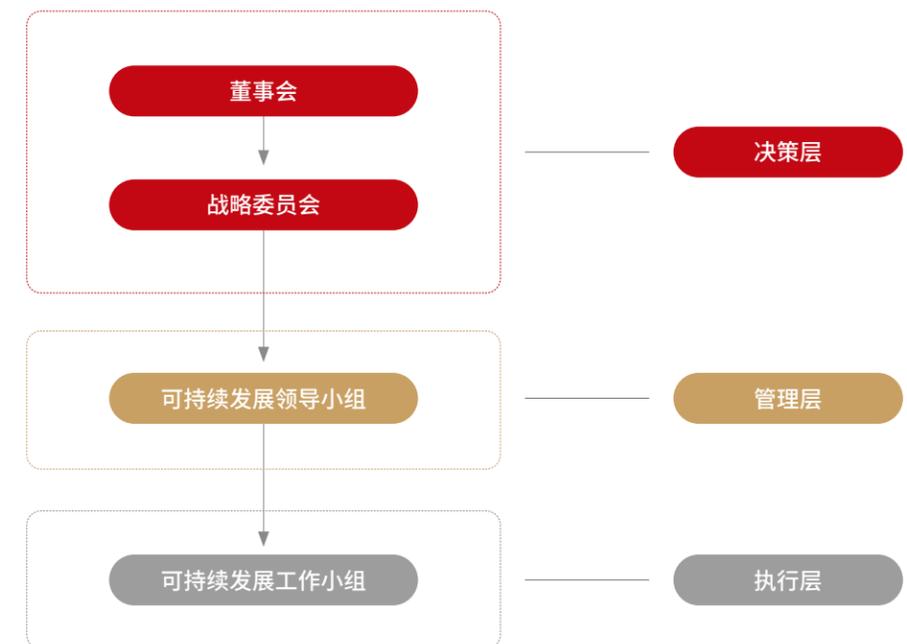
董事会声明

凤凰传媒董事会是公司可持续发展工作的最高决策机构，负责公司可持续发展工作的战略规划、目标制定等重大事项的决策、审议及批准本公司每年度可持续发展报告的披露。董事会下设战略委员会，负责协助董事会监督及管理公司可持续发展关键议题的具体实施及表现，并定期向董事会汇报相关工作。

董事会高度重视对 ESG 绩效的管理，公司将安全生产、环境治理和公司治理等重要议题表现的绩效纳入考核，与执行董事、高管薪酬挂钩，董事会按年度监督目标实现情况。

可持续发展治理架构

2024 年，公司为适应自身发展需要，搭建了以董事会作为决策机构、战略委员会作为监督机构、可持续发展领导小组作为管理机构、总部各职能部门及下属公司作为执行机构的治理架构，为合规、高效地开展可持续发展工作提供保障。



凤凰传媒可持续发展组织架构

利益相关方管理

公司高度重视与各利益相关方保持良好的沟通，利益相关方提出的诉求是推动公司可持续发展管理实践的重要驱动力。2024 年，我们通过实际行动，持续与政府及监管机构、股东与投资者、客户、合作伙伴、员工、社区与媒体等利益相关方保持多渠道的常态化沟通，并积极回应各方的期望与诉求。

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通渠道与方式 |
|--|---|--|
|  政府及监管机构 | <ul style="list-style-type: none"> 税收 创造就业 合规经营 弘扬主流文化 | <ul style="list-style-type: none"> 工作汇报、沟通与考核 巡查与批示 工作会议 年度报告 |
|  股东与投资者 | <ul style="list-style-type: none"> 保护股东权益 完善公司治理 提升盈利能力 信息公开透明 回报投资者 | <ul style="list-style-type: none"> 股东大会 业绩说明会 定期与临时报告 上交所平台互动 投资者热线 路演 |
|  客户 | <ul style="list-style-type: none"> 提供优质服务 严格隐私保护 传播内容合规 开展文化传播 | <ul style="list-style-type: none"> 产品宣传 门店服务 售后服务 线上门户网站 提供高质量出版物 |
|  合作伙伴 | <ul style="list-style-type: none"> 持续稳定合作 加强内容输出 保持诚信履约 贡献行业发展 | <ul style="list-style-type: none"> 业务合作与日常沟通 供应商定期与临时沟通 论坛与交流合作 行业标准制定 作者年会 |
|  员工 | <ul style="list-style-type: none"> 保障员工权益 保障职业健康与安全 促进员工发展 提升员工福祉 | <ul style="list-style-type: none"> 工会组织活动 员工培训项目 定期安全检查 节日走访和慰问 |
|  社区与媒体 | <ul style="list-style-type: none"> 支持经济发展 信息透明公开 乡村振兴与公益慈善 | <ul style="list-style-type: none"> 乡村振兴与公益慈善活动 定期与临时报告 论坛与活动 社交媒体宣传 |

实质性议题分析

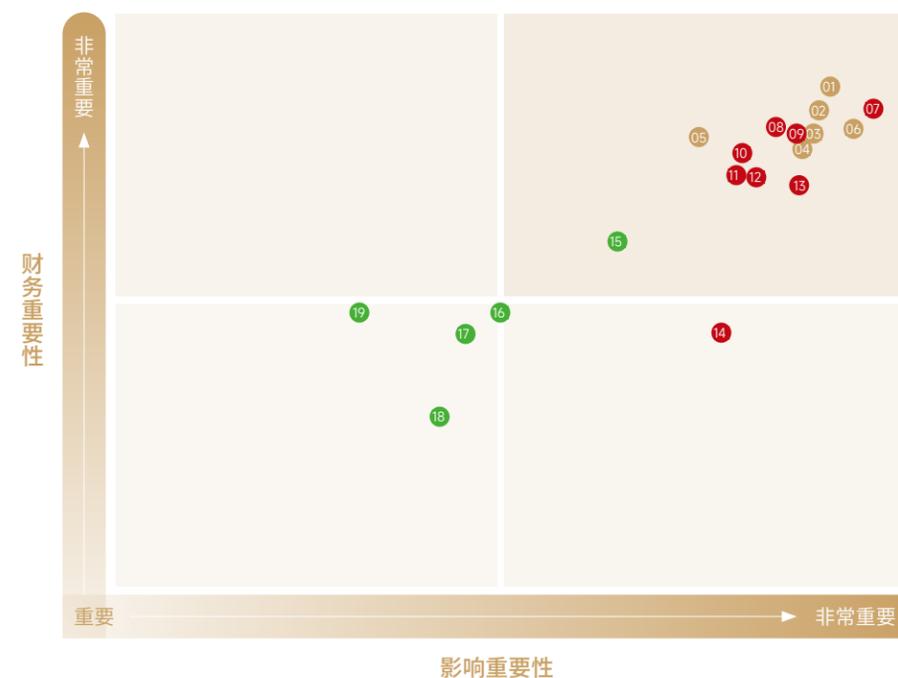
公司每年度依据“双重重要性”原则开展实质性议题评估工作，有效回应各利益相关方的期望与诉求，并以此为抓手不断提升可持续发展管理水平。2024 年，公司基于“识别 - 评估 - 审核”的流程，有序开展实质性议题评估工作。



- 通过严格遵守上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》、国务院国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究课题》，对标联合国可持续发展目标、全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》等合规与标准性文件，打造实质性议题库
- 通过对标国内外优秀同业，以及 SASB 行业披露标准，初步识别出实质性议题
- 形成议题列表
- 针对公司各部门、下属公司开展专项访谈了解议题列表中议题的实质性
- 向公司内外部利益相关方发放调研问卷 418 份，并对问卷结果进行加权赋分，形成实质性议题矩阵
- 结合公司高管领导意见，对实质性议题矩阵进行调整和确认，并提交至战略委员会审批

- 治理**
 - 01 风险管理
 - 02 公司治理
 - 03 网络与数据安全
 - 04 商业道德
 - 05 知识产权管理
 - 06 出版伦理
- 社会**
 - 07 内容质量保障
 - 08 员工权益
 - 09 科技创新
 - 10 消费者权益
 - 11 负责任供应链
 - 12 职业健康与安全
 - 13 员工发展与培训
 - 14 乡村振兴与公益慈善
- 环境**
 - 15 原材料管理
 - 16 绿色办公
 - 17 资源利用与循环经济
 - 18 废弃物管理
 - 19 应对气候变化

凤凰传媒双重实质性矩阵



* 经过审慎分析，由于公司业务特殊性，生物多样性议题对本公司既不具有财务重要性，也不具有影响重要性，故不在报告中进行披露。



以治理为本 构建稳固根基

凤凰传媒聚焦主业经营，以切实行动全力助推公司高质量可持续发展。我们不断深化企业改革，在公司治理和规范运作方面真抓实干，建立风险管控长效机制，恪守商业道德底线，尊重自身及外部合作方的知识成果；坚持党建高起点开局、高标准谋划，树立值得信赖的企业形象。

回应实质性议题

公司治理、风险管理、商业道德、网络与数据安全、知识产权管理、出版伦理

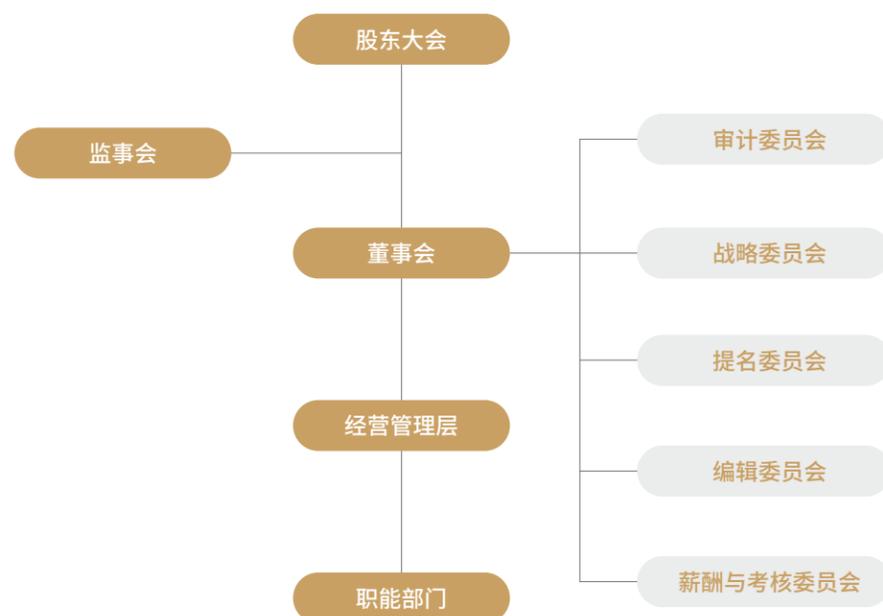
完善公司治理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及其他监管要求，构建定位清晰、权责明确、流程规范的治理架构，完善董事会建设，加强投资者关系管理，努力实现企业的合规运营和价值创造。

董事会建设

我们坚持董事会多元化，在提名董事会成员时综合考虑性别、年龄、教育背景、专业经验、技能、行业背景等多种因素，杜绝任何方面的歧视行为，不断健全专门委员会制度。公司现有董事 11 名，其中独立董事 4 名，有 1 名女性董事。公司董事具有丰富的出版行业、风险管理和财务管理经验，为董事会决策提供专业意见。

我们严格按照中国证监会发布的《上市公司独立董事管理办法》规定的选举程序和任职条件选聘独立董事。独立董事对各类可能影响中小股东权益的事项发表独立意见。报告期内，为进一步增强董事履责能力，持续提升董事会及专门委员会的决策科学性，董事共 8 人次参加监管机构培训，9 人次参加第三方机构举办的培训，4 人次开展实地走访调研。



7 次
董事会会议次数

39 项
三会审议议案

1 名
女性董事

投资者关系管理

我们一直以来高度重视对各方投资者的权益保障，严格按照《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规要求，制定《凤凰传媒投资者关系管理制度》，及时、准确、真实、透明的进行信息公开。公司在为股东创造价值的基础上，不断完善资本市场信息反馈传导机制，保持高透明度的信息披露，积极与股东和潜在投资者进行深入交流，充分保障中小股东的权益，与投资者共享发展成果，实实在在增强投资者获得感。

案例 凤凰传媒年度股东大会

A 档
上交所信息披露工作

报告期内，凤凰传媒召开 2023 年度股东大会，出席现场会议的股东及股东代表占公司总股本的 72.84%。凤凰传媒董事长章朝阳、副董事长王译萱、董事周建军、单翔及部分独立董事、监事、高管出席会议。通过透明公开的交流，投资者更好地掌握公司经营管理的动态，加强对公司发展战略的理解，进一步坚定了对公司持续稳定发展的信心。



凤凰传媒股东大会暨投资者见面会

786 人次
接待投资者

45 份
累计发布各类公告

投资者联系方式

投资者联系地址：江苏省南京市湖南路 1 号凤凰广场 B 座 27 层
投资者咨询热线：025-51883338、025-83651217
电子信箱：zhengquan@ppm.cn

合规管理

为保障公司健康、稳定和可持续发展，我们以合规文化为支撑，以有效监督为保障，持续完善合规管理制度，严格落实国资监管关于合规体系建设的要求。同时，我们规范权力运行，构建预警及时的廉洁风险防控机制，确保高管领导和员工廉洁从业。

合规管理体系

100%

员工合规相关培训覆盖

公司制定并发布《江苏凤凰出版传媒股份有限公司合规管理暂行办法》（简称《合规管理办法》）以推动公司全面加强合规管理，有效预防合规风险，确保公司稳健运营。《合规管理办法》明确经营管理层是公司合规管理工作的最高领导层，成立凤凰传媒法治建设工作领导小组，负责统筹协调合规管理工作，定期召开会议，研究解决重点难点问题。领导小组下设法治建设工作办公室，负责日常工作。

同时，我们高度重视合规文化培育，定期举办各种形式的合规培训，不断提升全员合规意识和合规能力。报告期内，组织召开凤凰传媒法治建设工作领导小组会议。



凤凰传媒法务合规专题培训

反贪污、反贿赂

公司将廉洁风险防控工作作为日常监督的重要基础性工程，每年开展廉洁风险排查。建立反商业贿赂及反贪污管理制度体系，通过多年的识别与排查，共发现 8 类 30 条 76 处重点风险点。

2024 年，对照《凤凰集团廉洁风险防控工作指引》中 76 处重点关注的领域及环节（包括但不限于），着重排查因教育、制度、监督、廉洁自律不到位，导致发生或可能发生的廉洁风险点。根据本单位实际情况，围绕权力运行、制度制定、思想道德等方面建立有针对性、可操作性的防控措施。

我们秉承“加强源头预防，促使关口前移”的理念，从完善制度、流程防控、加强预警和监督检查等多个方面进行工作部署和落实。通过开展内部培训、加强警示教育，打造风清气正的廉洁文化。

案例 监狱警示教育

2024 年 5 月，为进一步推动廉洁教育走深走实、见行见效，强化党员干部遵守纪律的自觉性，凤凰传媒党委组织总部近 50 名党员干部前往某监狱开展警示教育活动。公司总经理指出，公司各级员工应当铸牢对党忠诚的政治品格、严守干净干事的廉洁底线。



4 次

法律合规培训

582 场次

开展反贪污腐败培训

13,406 人次

参加反贪污腐败培训累计

公司公开信访举报渠道，其中问题线索来源包括上级纪委转办、本级纪委接收、巡视巡察反馈、审计移交和群众反映等多种渠道，并遵守《举报人保护制度》，对举报人信息严格保密，对打击报复行为零容忍。

纪检举报渠道

举报电话：02583672886（录音电话）

举报邮箱：jjjian@ppm.cn

通讯地址：南京市湖南路 1 号 B 座 28 楼（凤凰传媒纪委）

严格风险管控

公司严格遵守《中华人民共和国审计法》等相关法律法规，持续将内控审计、风险管理及网络与数据安全保护纳入内部控制流程，以灵活应对企业发展过程中所面临的各类风险。

内控与审计 监督

公司每年根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和上市公司内部控制监管要求，结合公司经营管理制度开展公司内部控制自我评价工作，确保风险控制有效性，更新内部控制手册，并发布《内部控制评价报告》。

审计部作为独立的风险防控监督部门，通过组织开展年度财务报表审计、年度内控审计、日常经济责任审计、专项审计和工程审计，不间断对公司各个业务模块、各个分支机构的运营状况展开尽职调查，及时发现并纠正可能的风险和问题。一旦发现存在风险，及时向管理层汇报，判断是否采取进一步整改措施防范风险，为管理层提供改善经营管理决策的有效信息，为董事会提供真实、可靠的信息和合理化建议，协助董事会做出科学决策，达到持续改善和优化的目标。

案例 工欲善其事，必先利其器 - 《审计信息参考》月刊

公司编发《审计信息参考》月刊，对专兼职审计人员进行内审培训，包括但不限于内审资讯、案例和审计实务，以获得专业化、系统化的培训，提升专兼职审计人员风险识别的敏锐度和战略思维能力，充分运用审计专业知识和方法开展审计工作，更好地服务于公司落实创新驱动发展的战略。

39 项
开展审计项目



风险管理

公司持续优化并完善风控体系，从主动把握机会和防控风险的双重角度，识别重点领域的风险并提出应对策略，为公司高质量发展保驾护航。公司建立了完善的内控风险治理体系，董事会是公司内控风险的决策和监督机构；审计委员会负责评估潜在风险对公司营运及财务等范畴的影响，监督风险管理体系与内部控制体系运行的有效性；同时搭建风险管理三道防线，形成风险管理组织网络，确保普遍性风险得到有效防范。



338 场

风险相关培训

6,545 人次

风险相关培训累计参与

报告期内，我们识别了政策风险、公司治理风险、战略目标达成风险、人力资源规划风险、财务风险、出版业务管理风险、图书发行营销风险、数字出版技术发展风险、采购风险等九大类重点风险，并展开监控工作。随着风险识别与评估工作的进一步深入，公司计划将可持续发展风险纳入整体风险管理流程当中。

网络与数据安全保护

随着科技与信息技术的发展，网络与数据安全相关风险日益增加。公司将网络与数据安全相关风险纳入公司的整体风险管理流程，并建立了完善的管理体系与制度体系。

治理

公司建立了完善的数据安全管理组织架构，由经营管理层作为数据安全的最高负责机构，凤凰传媒网络安全工作领导小组办公室负责统筹管理及总部层面的工作执行，下属各单位分别成立对应的数据安全小组开展具体工作。

管理策略

公司严格遵守《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》等相关法律法规，建立完善的数据安全管理制度，发布《数据安全管理办法（试行）》，确保在所有经营活动中合法合规采集、存储、传输和处理客户信息。同时，我们充分保障客户对其个人信息的控制权力，包括获取 / 访问权利、修正权利、删除权利、可携带权、改变授权同意的范围和注销账户等。

公司积极开展对于网络与数据安全的风险监督工作，建立数据安全监测预警机制，组织每半年开展一次全系统数据安全风险监测，排查安全隐患，提前预测有可能发生的数据安全风险，并成立应急响应小组，制定数据安全事件应急预案，确保在发生紧急安全事件后能够及时报告事件发展和处置情况。

公司网络与数据安全风险识别

| 风险等级 | 风险说明 | 风险主体 |
|--------------|---|--|
| 一级 网络安全风险 | 信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露造成严重社会不良影响、对公司经济造成重大损失、对公司声誉和生产经营活动造成严重影响 | <ul style="list-style-type: none"> 互联网网站 面向公众的 APP 和小程序 户外与室内电子大屏 保存超过一百万条个人信息的系统或保存超过十万条个人敏感信息的系统 |
| 二级 网络安全风险 | 信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露可能造成社会不良影响、对公司造成一定的经济损失、对公司声誉和生产经营活动造成一定影响 | <ul style="list-style-type: none"> 第三方具有媒体属性的网络平台发布号 保存不超过一百万条至十万条个人信息的系统或保存低于十万条至一万条个人敏感信息的系统 业务小程序（头片程序、报名程序等） 租赁第三方公有云平台 办公场所内部电子屏 |
| 三级 网络安全风险 | 信息资产宕机停服、被篡改、信息泄露可能对资产所属的单位造成经济损失、对本单位声誉和生产经营活动造成有限不良影响 | <ul style="list-style-type: none"> 各单位内部业务管理系统 保存不超过十万条个人信息的系统或保存低于一万条个人敏感信息的系统 |

风险管理

公司通过一系列措施对网络与数据安全风险展开管理与缓解工作。

- 物理安全措施**：机房应采取一系列物理安全措施，如安装门禁系统、视频监控设备和安全报警设备，确保客户信息存储设备和系统空间的安全。
- 网络安全防护**：建立防火墙、网络安全态势感知平台、部署高级主机防御软件、加密客户信息的传输通道、定期更新安全补丁和安装杀毒软件。
- 数据分类分级**：对客户数据按照重要性和敏感性进行分类分级，并根据不同类别和级别作出差异化数据管理制度安排。
- 安全保障措施**：采取网络隔离、多因素认证、数据水印、数据加密、数据备份、数据脱敏、日志审计和非法入侵检测等安全保障措施，保障经营数据和客户数据安全。
- 外包单位管理**：对可能接触到客户数据或是存有客户数据系统的外包单位制定严格的管理措施，包括定期对机构和人员开展背景调查、进行服务质量评估、签署安全责任书。

指标

为防范突发情况，公司对核心业务数据进行每日全量备份，增量数据每 4 小时备份一次，历史数据按月归档。在公司内部开展各类网络与数据安全培训，打造内部安全文化氛围。

报告期内，数据公司开展包括但不限于拒绝服务攻击、勒索软件、钓鱼邮件攻击、网页篡改和网络安全漏洞检查等多类型培训，从源头提升数据安全能力。



保护知识产权

作为主营业务为图书、报刊、电子出版物和音像制品编辑出版、发行的大型上市公司，我们高度重视对于内外部知识产权、版权的保护，并始终确保发行产品的内容合法合规，正向引导读者。

版权保护

公司严格遵守《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，确保公司负责任地使用出版权以及专有出版权，并在公司内部规章制度中明确规范性要求。另一方面，凤凰传媒视版权为重要的无形资产，将有效利用和保护版权放在工作的重要位置。

我们会在日常运营管理中识别相关风险，如版权临期或到期后，相关著作还存有大量库存，则通过积极与著作权所有方沟通，进行版权续约或争取得到售卖库存许可，以此来应对相关风险。同时，对于盗版著作的行为，公司积极配合政府部门和执法队进行追责，对盗版盗印行为保持零容忍态度。2024年4月，在第24个世界知识产权日，公司围绕知识产权保护专题开展培训。培训涵盖版权保护、打假维权、反盗维权、出版行业署名等常见问题，为保护知识产权提供专业实践范例。

在保护自身版权不受侵犯的同时，我们也严格保护创作者和第三方的著作权。公司尽最大能力确保著作在编辑、出版的过程中避免使用会造成侵权的图片和封面设计，并购买大量字体、图片版权等，用于出版和发行业务。公司与作者提前约定避免出现抄袭、剽窃他人著作权的行为，并在出版时进行查重。

出版伦理

凤凰传媒作为出版行业的领先企业，严格遵守国际和国内的相关标准，全力保证公司出版物的质量。公司编辑委员会下设出版物质量专家小组，在选题立项时也会充分考虑出版伦理相关领域，根据国家新闻出版管理部门年度质量管理专项工作的要求，对出版物质量检查结果和出版单位制度执行情况检查结果进行分析、研判和评估。我们始终坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，确保出版物坚持社会主义核心价值观引领，不出“三俗”产品，不出造成社会不良影响的产品。

出版伦理作为公司可持续发展的底线之一，与公司高层绩效挂钩，一旦发生违法违规事件，将按照情节严重程度扣除对应管理人员绩效或进行行政处罚。

我们在以下领域开展相关审核工作：

作者资格

在与作者约稿或接受作者投稿时，确认作者具有符合相关要求的资质

商业考量和编辑独立性

在出版物的编辑与出版过程中，确保编辑决策不受外界因素影响，保持独立与公平

利益冲突

严格限制出版具有利益冲突的人员的作品，避免因各类利益冲突而影响出版物内容

版权和知识产权

公平公正地保护作者的版权和知识产权

内容准确性

确保出版物的内容是准确的，不具有负面影响或出现违法违规内容



坚持党建引领

坚持党的领导、加强党的建设，是凤凰传媒的“根”和“魂”。公司深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大、二十届二中、三中全会精神，用更高质量、更大正能量的党建引领推动公司可持续发展。

党建为基

公司准确把握习近平新时代中国特色社会主义思想丰富内涵，注重加强党性修养和党性锻炼，总部与下属公司积极开展各类主题教育活动。

案例 开展党性教育培训活动

“传媒新四军精神 打造如铁般党委”主题党日

2024年5月，凤凰传媒党委组织总部党员代表赴茅山新四军纪念馆、纪念碑开展党纪学习教育主题党日活动。此行缅怀历史，敬仰英雄，党员代表思想上备受震撼，精神上得到洗礼，纷纷表示要大力学习革命先辈的英勇斗争与无私奉献精神，把学习感悟转化为平时工作中的实际行动。



参观茅山新四军纪念馆、纪念碑

参观“精准扶贫”首倡地十八洞村

2024年5月，苏科社党委书记、社长傅梅带队前往湖南科学技术出版社开展党建交流活动，并来到“精准扶贫”的首倡地十八洞村进行实地参观。大家深刻感受到在中国共产党领导下脱贫攻坚取得的伟大成就，深刻领悟了脱贫攻坚的精神实质和时代意义，一致认为要以“上下同心、尽锐出战、精准务实、开拓创新、攻坚克难、不负人民”的脱贫攻坚精神，加强锻造新质生产力，凝心聚力推动出版社高质量发展。



苏科社与湖南科学技术出版社实地参访十八洞村

“春暖花开书墨香 同心同力同向行”主题党日共建活动

2024年，围绕“世界读书日”，译林社第二党支部和百子亭社区共同开展主题党日共建活动。通过开展图书分享活动，为社区党员代表提供沁润书香的机会和交流平台，激发党员干部爱读书、读好书、善读书的热情，鼓励党员干部播撒阅读种子，涵育文明风尚。



“春暖花开书墨香 同心同力同向行”主题党日共建活动



开展主题教育

凤凰传媒党委扎实开展党纪学习教育，组织原原本本学习《中国共产党纪律处分条例》、习近平总书记关于全面加强党的纪律建设的重要论述，进行专题学习7次，组织主题党日活动，赴边城监狱、冯梦龙纪念馆开展警示教育。党委书记讲纪律党课《自觉学纪知纪明纪守纪，为凤凰传媒高质量发展提供坚实支撑》，组织学习《违纪违法典型案例汇编》，用身边事警示教育身边人。通过各种形式增强全体党员干部的纪律规矩意识，筑牢拒腐防变的思想防线，推动全面从严治党在凤凰传媒纵深推进。

2,637 人
党员总人数

37 人
发展新党员

39.4%
党员占比

27 次
召开党委会

47 次
组织“第一议题”专题学习

232 个
科学论证、审议议题

13 次
组织党委理论学习中心组学习

39 个
学习专题



物流中心光伏项目

以环保为本 守护绿色生态

凤凰传媒坚定不移地推进绿色化转型，秉持负责任的态度高效利用自然资源与能源。我们致力于合规处理各类废弃物，最大程度减轻生产运营对环境的负面影响。在积极应对气候变化挑战的同时，密切关注自身的温室气体排放情况，全力推行低碳运营模式，为国家的气候战略贡献坚实力量，以实际行动构建一个更加绿色的未来。

回应实质性议题

资源利用与循环经济、废弃物管理、应对气候变化、原材料管理、绿色办公

开展绿色管理

资源的高效利用与废弃物的妥善处置是构筑社会绿色发展的基石。公司致力于在生产运营的每一个环节都实现资源的最大化利用与废弃物的最小化排放，以实际行动促进出版行业的绿色转型与发展。

资源利用与循环经济

公司积极采购环保纸张、绿色印刷服务，提升客户阅读体验的同时，有效促进能源与资源的节约及循环利用。经综合评估，我们认为涵盖书店、零售、餐饮及影院的商管业务，在公司整体的资源与能源消耗中占据显著份额。因此，从实质性影响的角度出发，我们将子公司商管公司的绿色实践视为推动公司整体绿色转型的战略重点。

能源利用

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国能源法》的各项规定。商管业务已构建全面的能源管理体系，通过开展能耗数据的定期汇总与分析，针对性的制定考核与激励机制，逐步实现对能源消耗的精细化管理。

商管公司能源管理措施

制定合理目标

基于上一年度能源与资源消耗的实际情况，制定当年的能源与资源节约目标，按月编制《能耗分析表》。通过月度和年度的同期对比，识别能耗异常情况，探究差异产生的原因，并据此规划下一阶段的节能降耗措施及目标，不断优化和提升节能成效，2024 年各类能耗目标均已达成。

系统评估与动态调整

基于空调设备的最大负荷承载能力，通过持续监测并记录各区域的温度和湿度情况，发现供冷/热不足或过冷/热问题并及时调整。同时，我们详细记录供电区域面积、运营时段及峰值负荷等时段信息，通过分析设备运行状况和用电数据，对广场配电系统的方案及选型进行全面适宜性评价，并据此进行动态调整及优化。

数据分析与节能改造

针对不同经营环境，综合调节空调系统，提出最佳节能方案。对管网供热和天然气锅炉供热的广场，按区域、业态细分调节，核算并跟踪各功能区域能耗，对比历年数据，为节能技改提供支持。持续跟踪新技术革新，推进新材料应用，推广变频技术和新型高效光源。通过收集节能改造方案并论证推广、组织节能技改建议活动、制定具体试验方案，改造后评估节能效果，实现节能减排。

凤凰传媒数据中心能源管理措施

2024 年
4.67 吨标准煤 / 百万元
能源消耗强度

1,015.40 吨标准煤
清洁能源消耗量

467.77 万元
环境保护投入

冬季运用自然冷却技术，降低辅助用电，使用自然冷却时间 1,923.5 小时，节省电量约 160 万千瓦时（对比开启冷机 50% 负载率计算）

针对未满载机柜及时安装机柜盲板，调整列间空调制冷量，最大程度满足机房服务器制冷需求

在环境温度低于 5°C 时开启油机冷却液电加热功能，尽可能减少电加热开启时间

日常运维管理中实施随手关灯，关闭热通道门、关闭机房门等

公司发行集团识别到在书籍配送业务的庞大体系中，传统燃油车运输对环境造成重大影响和风险，因此积极响应绿色物流倡议，有效减少燃油车使用频次，逐步将传统叉车与搬运车辆替换为更环保、高效的新能源车型。通过科学管理，力求逐年大幅提升能源与资源的综合使用效率。



风光校园微电站

水资源利用

2024 年
57.32 吨 / 百万元
用水强度

公司数据中心为众多互联网企业和机构提供云计算与大数据存储服务。在日常运营中，为确保设备稳定运行，冷却系统需大量用水以降温防热，在公司用水量中占据显著份额。公司严格遵守《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关规定，努力提高水资源使用的合法与高效性。我们结合数据中心的实际布局与业务需求，采用创新的间接蒸发冷却技术，构建循环水利用系统，不仅显著降低用水量，还具备出色的气候适应性和水资源条件适应性，为其他数据中心提供有效的节水范例。

循环水利用系统的运行降低数据中心对市政供水的依赖程度，大幅提高水资源利用效率。在构建循环水利用系统期间，公司与供应商、科研机构建立良好的合作关系，将继续共同推动循环水利用技术的发展。

资源循环利用

773.84 吨
废弃物循环利用量

作为关键的物流容器，周转箱在图书、报刊等出版物分配送流程中发挥着至关重要的作用。摒弃传统的物流容器一次性使用模式，公司在图书发行行业首创可循环使用的周转箱，不仅显著减少一次性包装材料的消耗，还有效降低废弃物的产生，进一步推动资源的节约利用与环境的可持续发展。

案例 凤凰传媒发行集团周转箱循环共用模式

公司创新物流周转箱循环共用系统，使用标准化周转箱装载流通商品，并通过箱码关联商品信息，对商品的加工、包装、运输、交接、回收和报废各环节实施管理。

周转箱在物流中心与全省 300 多个分销网点间循环流通，不仅减少包装不规则现象和材料浪费，还避免物品易损、交接复杂、回收困难等逆向物流问题，从而实现供应链整体运营效率 30% 以上的提升，显著降低废弃物排放。



发行集团实现运输周转箱循环共用

废弃物管理

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，制定《商场废弃物品处理制度》《废弃电器电子产品回收处理的管理规定》等内部制度，通过规范处置程序，提高处置效率，防范处置风险，最大化降低废弃物对生态环境和人体健康构成的负面影响。

2024 年
12,993.08 吨
无害固体废弃物合规处置

无害废弃物

0.95 吨 / 百万元
无害固体废弃物产生强度

商管公司制定《厨余垃圾管理制度》《生活垃圾清运管理制度》，对在经营活动和日常管理中产生的废弃物品进行分类、运输和处理，将废弃物分为可回收物、有害垃圾和一般废弃物，针对不同的废弃物安排专门的运输时间和运输车辆。

凤凰传媒商管公司无害废弃物处理办法



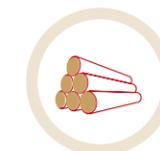
可回收物

每周严格按照环保要求，通过后场进行可回收物的集中运输。为确保可回收物的有效分类与再利用，特为运输车辆配备分类存放的容器或货架，防止不同种类的可回收物相互混合，从而最大限度地提升回收效率与质量



生活垃圾

坚持每日对生活垃圾进行运输工作。运输车辆始终保持车厢的清洁，采取有效措施防止垃圾散落和异味散发，确保在运输过程中不对周边环境造成二次污染



建筑垃圾和
废旧家具

针对商场装修和清理过程中产生的建筑垃圾和废旧家具，根据具体的装修和清理计划来安排运输工作。为最大化利用所有资源，将砖块、水泥块等建筑垃圾进行破碎后用于道路基层铺设或场地回填；将木材、钢材等可回收的建筑垃圾进行分类回收，出售给相关企业进行再利用；对于无法回收利用的建筑垃圾，委托有第三方认证资质的建筑垃圾运输和处理企业进行运输和填埋处理

公司相关负责人监督运输人员定期接受必要的专业培训，内容涵盖废弃物的分类知识、运输操作规程和安全注意事项，包括正确装卸废弃物品，在运输过程中保障物品的安全与稳定，以及应对突发情况，如车辆故障、垃圾泄露的方法，确保废弃物能够得到安全、环保地处理，避免对环境和人体健康造成任何危害。

有害废弃物

公司在日常运营中产生的有害废弃物主要包括墨盒、硒鼓、电池、灯管、化学品和电子废弃物。每月，公司在向环保部门或专业处理机构通报后，对经营场所内的危险废弃物进行安全运输。在运输过程中，公司严格要求运输车辆必须具备密封、防渗漏、防腐蚀等功能，且需配备相应的应急处理设备和个人防护装备。运输完成后，公司持续跟踪处理企业的处理工艺及最终处置情况，确保有害废弃物得到安全、环保的处理，防止对环境和人体健康造成危害。

2024 年
162.17 吨
有害固体废弃物合规处置

0.01 吨 / 百万元
有害固体废弃物产生强度

针对高污染废弃电池，公司依据相关处理规定，专门制定回收管理制度与流程，确保废旧电池在进出库时手续齐全，状态可查。公司积极评估并选定具备废旧电池回收资质且已在环保部门备案的回收单位，负责废旧电池的运输与处置工作。



第八届“凤凰杯”龙舟赛

践行低碳发展

气候变化已成为全球面临的共同挑战。公司面对突发极端天气，制定一系列安全生产和应急预案等措施，有效降低相关风险造成的影响。并且，通过不断推进光伏电站建设，积极投身减碳行动，深入践行绿色运营与发展理念，助力国家“双碳”战略早日实现。

应对气候变化

公司积极应对气候变化带来的挑战和机遇，做好气候风险和机遇的识别与评估，采取有力举措支持绿色发展与可持续经营。

治理

公司完善应对气候变化的治理体系。董事会下设战略委员会对气候变化相关风险进行研究和监督，定期讨论和审阅气候相关议题，将气候变化减缓与适应作为公司的工作重点之一。

策略

深入分析公司在气候方面的风险和机遇，依照不同业务板块特点开展相应工作。坚持落实使用绿色纸张、鼓励供应商优化印刷工艺、发展物流环节循环经济及提高运营能效等举措降低自身运营及物流运输的碳排放量；开展光伏项目、全面推进温室气体盘查和管理工作，践行低碳发展。

风险管理

公司识别并制定针对极端天气的安全生产指南，通过强化组织领导、明确安全生产责任和加强安全检查等切实有效的措施来应对相关风险。

| 风险类别 | 风险名称 | 对业务影响描述 | 应对措施 |
|------|---------|--|--|
| 物理风险 | 短期风险 | <ul style="list-style-type: none"> 极端天气频发，导致纸张供应中断 极端天气频发，导致物流成本上升 洪水导致仓库被淹没，货物严重受损 | <ul style="list-style-type: none"> 完善纸张库存管理策略 建立灵活的物流体系，包括备用运输路线和仓储设施 加强仓库的防水、排水设施建设；为库存货物购买保险 |
| | 长期风险 | <ul style="list-style-type: none"> 平均气温上升 加速纸张的老化和变质，降低其使用寿命和印刷效果 火灾发生概率上升 | <ul style="list-style-type: none"> 优化纸张的储存环境，如控制温度、湿度 在仓库等关键区域安装火灾报警和灭火系统，定期进行消防演练；对易燃物品进行严格控制和管理，确保其储存和使用安全 |
| 转型风险 | 政策和法律风险 | <ul style="list-style-type: none"> 政府要求减少碳排放、提高资源利用效率，营业成本上升 环保标准的提高增加了纸张生产企业的原材料和生产成本 碳减排政策要求企业减少运输过程中的碳排放 未能遵守相关法律法规，面临被罚款、被责令整顿 | <ul style="list-style-type: none"> 采用环保的生产技术和设备，减少碳排放和资源消耗；积极申请政府的环保补贴和优惠政策 与纸张生产企业建立长期合作关系，共同应对环保标准提高带来的成本压力；通过集中采购、批量采购等方式降低采购成本 通过合理规划运输路线、减少运输次数等方式提高运输效率，降低碳排放 定期对员工进行环保法律法规的培训，提高员工的法律意识和合规能力；建立完善的合规管理体系，确保企业的各项经营活动符合法律法规的要求 |



公司制定并严格执行极端天气应急预案，以“统一指挥、分级管理、快速响应、安全第一”为原则，应对低温、雨雪天气和台风、大风天气等极端气候的发生。

低温、雨雪天气

- 全面保障室外水管、房屋等设施，备足除雪物资保障道路畅通
- 定期检查屋顶排水，预防积水坍塌
- 提前转移库外商品并加盖防雨布
- 出车前检查车辆，配备防滑链；提供防寒物资保障员工健康
- 加强门窗巡查，确保库区密闭

台风、大风天气

- 转移、加固户外物资，对员工进行防风安全教育
- 加固线路设备，严禁潮湿区充电
- 检查门窗电源、屋顶漏点，确保库区安全
- 疏通排水系统，防范雨水倒灌
- 加固生产设备及货物，用防水布覆盖
- 安排专人巡查存放区，及时处理隐患
- 重点关注运输车辆安全，极端天气避免作业，特殊配送严格遵守驾驶规范

指标与目标

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|----------|---------------|------------|
| 温室气体排放总量 | 吨二氧化碳当量 | 123,157.91 |
| 范围一 | 吨二氧化碳当量 | 2,509.16 |
| 范围二 | 吨二氧化碳当量 | 120,648.75 |
| 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量 / 百万元 | 9.05 |

开发光伏电站

公司推进绿色低碳转型，部署分布式光伏发电站。2024 年 1 月，公司第一期光伏项目正式并网发电。2024 年，公司太阳能发电量 1,700.00 兆瓦时，节约标准煤 208.93 吨，减少二氧化碳排放 912.22 吨，持续为碳中和目标持续贡献力量。

2024 年
1,700.00 兆瓦时
光伏项目发电

投身减碳行动

公司深入践行“绿水青山就是金山银山”的绿色发展理念，组织一系列环保活动，培养环保意识，增强绿化家园的责任感和使命感，助力构建美丽家园、守护绿水青山。

案例 “同心添绿，共植未来” 义务植树活动

2024 年 3 月，公司在栖霞山义务植树点举办了“同心添绿，共植未来”植树活动。通过这次义务植树活动，不仅栖霞山增添了一片绿意盎然的森林，更在员工心中播下了绿色低碳的种子，激励他们为地球的可持续发展贡献更多力量。



“同心添绿，共植未来” 义务植树活动

贡献绿色实践

公司遵循《中华人民共和国环境保护法》，将绿色低碳发展理念融入日常生产、经营与管理的全过程，努力降低公司运营为环境带来的负面影响。

原材料管理

公司在绿色纸张和供应商绿色印刷方面展现出高度的责任感与前瞻性。通过制定严格的纸张采购管理办法与教科书印制质量要求，我们确保原材料的合法、绿色与质量可靠，同时推动印刷供应商的绿色转型，为学生提供更加环保、优质的学习资料。

绿色纸张

公司严格遵守国家相关法律法规，制定《江苏凤凰出版传媒股份有限公司纸张采购管理办法》，全面规范纸张采购行为，从源头上把控纸张质量，为公司的绿色出版提供坚实保障。

公司在管理办法中明确提出一系列严格的要求，筛选并管理纸张供应商。首先，纸张供应商必须确保其生产和销售的纸张通过了 FSC（森林管理委员会）、PEFC（森林认证体系认可计划）或 CFCC（中国森林认证）等国际或国内绿色森林认证。这些认证要求纸张来源于可持续管理的森林，从而有效保护生态环境，促进森林资源的合理利用。

公司定期回访纸张供应商，监督其生产流程并要求供应商在砍伐树木时必须采取科学合理的措施，确保不对生态环境造成破坏，共同维护地球的绿色与生态平衡。此外，我们还要求纸张供应商提供的纸张必须获得具有 CMA（中国计量认证）资质的第三方检测机构出具的检测合格报告，为纸张的质量提供有力保障。

95.01%
环保纸张比例

绿色印刷

公司遵循《印刷业管理条例》及相关法律法规，发布《绿色印刷企业名录》《绿色印刷标准》，将绿色印刷全面贯彻落实到供应商生产一线。为加强中小学教科书的印制质量管理，我们制定了《中小学教科书印制质量要求和检验方法》，加强对国家强制要求绿色印刷教材产品的监测力度。通过明确的质量标准、严格的核检资质流程，确保每一本教科书都能达到最优的印制水平，为学生们提供环保、健康的学习资料。

公司严格遵循检验方法的规定，确保供应商在中小学教科书印刷出版过程中使用的纸张、油墨、润版液、封面覆膜、光油、胶黏剂及清洗剂等所有原辅材料，均符合《绿色印刷通用技术要求与评价方法》（CY/T 130.1）的高标准。同时，公司积极引入具备先进环保技术和材料的供应商，致力于减少生产环节的污染排放，提升资源利用效率，不仅确保教科书的高品质，更以实际行动推动整个印刷行业向绿色、可持续的方向转型与发展。

绿色运营

公司秉持建设环境友好型企业的初心，坚定地走绿色低碳、节能环保的可持续发展道路。

绿色数据中心

公司数据中心成立专项工作领导小组，并制定《能源管理规定》《绿色数据中心人员培训计划》等多项规章制度。通过实施建筑节能策略、自然冷源以及集中加湿技术，安装冷通道设施，显著提升冷源利用效率。

绿色办公

公司积极倡导绿色工作模式，不断深化员工的绿色低碳理念，营造节能减排的日常氛围，并坚定沿着电子化、自动化、智能化的运营路径前行。

绿色办公举措

节约用电

- 教育、督促员工下班前关闭办公区域内个人办公电脑、公用电器设备电源
- 将办公楼室内及公共区域的照明灯具更换为 LED 节能灯，采取声控智能控制合理设置空调温度
- 夏季使用空调时，室内温度保持在 26 摄氏度左右；冬季使用空调时，室内温度保持在 20 摄氏度左右

节约用水

- 倡导全员节约用水，随手关闭水龙头，杜绝“长流水”
- 在餐厅、饮用水供水器、卫生间等公共用水场张贴“节约用水”提示



节约用纸

- 使用 OA 系统、电子签章平台等，调低打印纸张克重，倡导无纸化办公
- 在办公用品采购中，优先选择节能环保物资

资源循环利用

- 日常办公产生的废弃电子产品、墨盒、硒鼓等由具备专门资质的第三方公司回收，由回收方进行处置或再利用
- 评估色带、墨（粉）盒、硒鼓等耗材使用，在保证使用质量前提下循环使用



以和谐为本 共创幸福生活

凤凰传媒奉行“合作共赢”的发展理念，坚持公司与员工共同发展、与合作伙伴共同进步以及助力乡村振兴与社会公益，在公司稳定发展的过程中，致力于全面共赢，实现可持续发展。

回应实质性议题

员工权益、员工发展与培训、职业健康与安全、负责任供应链、消费者权益、内容质量保障、科技创新、乡村振兴与公益慈善

勇担文化使命

作为中国出版行业的领军企业，公司始终将承担文化使命作为企业发展的核心命题。在建设社会主义文化强国的新征程中，我们以党的二十大精神为指引，深入践行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务。2024 年，公司依托主题出版构建主流价值传播矩阵，通过教材出版守正创新筑牢教育根基，借力全民阅读工程培育书香社会，创新海外出版模式推动文明交流互鉴，形成了覆盖文化遗产、教育服务、国际传播的全链条使命践行体系。

传播时代强音

公司充分发挥国有出版企业宣传主阵地作用，以强烈的责任感，把主题出版作为落实“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”使命任务的重要抓手，以群众喜闻乐见的方式，宣传阐释中央精神和重大决策部署、弘扬社会主义核心价值观。

7 种选题入选中宣部 2024 年主题出版重点出版物选题，数量位列地方出版集团第一、全国出版集团第二。全力保障全省各级党组织理论学习需求，全年发行重点理论读物 484 万册，第六批全国干部学习培训教材和党的二十届三中全会相关资料发行量位居同行前列。

筑牢教育根基

公司教育产品优势突出，在教育部首届国家教材建设奖评选中，20 种教材获一、二等奖。拥有中小学课标教材总数为 18 套，覆盖全国 29 个省（直辖市、自治区），超过 4,000 万学生使用。2024 年凤凰版 9 种 122 册义教新课标教材全部通过审核。在教材编印方面面临诸多困难情况下连续 46 年完成“课前到书”任务。



助推全民阅读

公司以“文化惠民、知识共享”为核心使命，通过打造立体化阅读推广体系，2024 年累计开展“凤凰读书会”系列活动超过 6,000 场，承办第十四届江苏书展，超过 400 家出版发行单位、超过 8 万种出版物参展，线上线下共实现销售 2.52 亿元。



讲好中国故事

公司以多元合作与创新实践推动中华文化走向世界。报告期内，公司累计输出版权 450 种，建成 18 个海外“凤凰书架”。6 种图书入选“经典中国国际出版工程”，位列全国出版集团第三；17 种图书入选“丝路书香翻译工程”，位列全国出版集团第二。8 种图书 12 个文版入选第 23 届“输出版、引进版优秀图书奖”，9 个项目获“国家社科基金中华学术外译项目”，数量均创历史新高。

在 2025 年伦敦书展上，集团携 370 余种精品图书亮相，涵盖中国式现代化、生态文明、传统文化等主题，通过版权输出与合作出版，向国际社会展现中国发展成就与人文精神。

“符号江苏·口袋本”系列丛书



携手员工发展

凤凰传媒坚信企业发展与员工发展相辅相成，公司重视员工的基本权益、为员工提供安全舒心的职场环境、关注员工的成长需要，与员工互利共赢。

员工权益

凤凰传媒奉行“以人为本”的员工发展理念，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国未成年人保护法》等相关法律法规，制定凤凰传媒人力资源管理系列制度，《凤凰传媒劳动用工管理暂行办法》，遵守《凤凰集团人员薪酬管理指导办法（试行）》，建立员工保护机制，全方位保障员工的基本权益。

我们坚持依法合规雇佣，禁止就业歧视、强迫劳动和雇佣童工，为员工提供各项权益，实现劳动合同签订率 100% 以及社会保险覆盖率 100%，社会保险类型涵盖养老、医疗、失业、工伤和生育等，并为全体员工提供住房公积金保障。

我们坚持为员工营造公平的工作环境，持续完善和优化雇员薪酬政策和管理体系，最大程度实现同工同酬。在招聘过程中，我们坚持提供公开且平等的工作机会，保证不因性别、年龄、种族、民族、肤色、教育背景、婚姻状况等情况招聘歧视。同时，根据岗位需求，为内部员工提供转岗等形式的内部招聘机会，为社会人员提供多种公开招聘渠道，包括校园招聘、网络招聘等形式。在录用过程中，为新入职员工提供熟悉工作环境与工作内容的必要培训与指引。

公司畅通民主沟通渠道，各部门与分子公司领导不定期收集员工的意见与问题，并定期开展员工满意度调查。报告期内，凤凰传媒组织成员单位开展新员工“入职满意度调研”，汇总采集数据，并形成分析报告。

为充分激发员工的工作热情，公司设立专项激励机制，对员工承担的重大专项任务、重大创新项目、获得重大荣誉或做出重大贡献被上级部门授予的专项奖励等特殊事项，经认定后，以专项激励形式对工资总额予以适当补充，激发员工活力。

职业健康与安全

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规的规定，保障工作环境的卫生与安全，确保员工的职业健康。报告期内，公司未发生因工亡故事件。

公司重视员工的职业健康与安全，为员工提供年度健康体检，实现覆盖率 100%。同时，公司不定期为员工提供健康讲座，关注员工心理健康。

员工发展与培训

为落实人才强企战略，实现高质量发展，更好服务“出版新生态”建设总目标，进一步加强高素质专业人才培养，公司设置员工双通道职业发展模式，充分发挥员工个人特长，助力员工实现个人价值，实现企业发展与员工成长双赢。

根据公司业务发展需要，我们为员工搭建覆盖全体员工需要的培训体系，制定《凤凰传媒专业人才培养规划》《凤凰传媒人员职级管理办法》等发展与培训管理制度，为员工发展提供扎实的支持。

公司通过定制化培训、差异化培养、专题研究、项目实践等措施，建立分层分类、全方位、全流程跟踪培养的专业人才培训、培养计划。

定制化培训

围绕“政治文化素养、专业能力、通用技术、综合能力”四个方向，依托凤凰学院，每年制定具体的线上线下培训规划

根据专业人才的不同类型，分批组织到行业内外先进单位进行现场交流学习，吸收借鉴先进经验，更新思想理念，改进工作方法，提升专业能力



鼓励专业人才参加职称、学历提升教育，着力提高员工持续学习能力和专业理论水平



差异化培养

领导力培训

为专家级、资深骨干级人才库中的重点人才提供领导力培训，提升重点人才的管理能力



专业培训

针对专业人才的专业专长，从创新的角度出发，采用数据搜集、综合分析等专业方法，针对所在条线业务工作中的难点、热点和重点问题进行专题研究，加强专业人才洞察能力、分析解决问题的能力

案例 “凤凰 & 清华 AI 力提升训练营” 培训活动

2024 年 7 月 17 日至 19 日，“凤凰 & 清华 AI 力提升训练营” 培训活动为公司 270 余名员工提供关于人工智能的现场培训与指导，助力员工积极适应变革潮流，不断提升自身人工智能应用素养。



案例 凤凰传媒举办“新媒体人才培养计划”第三期开班暨培训活动

2024 年 7 月 23 日至 24 日，凤凰传媒“新媒体人才培养计划”第三期开班活动暨第一次培训成功举行。围绕“AI 赋能图书短视频营销”“如何利用 AI 玩转小红书”“如何运用 AI 虚拟数字人提升品牌忠诚度”“AI 在新媒体文本内容生成中的应用”“AI 绘画工具在新媒体营销中的应用”“AI 赋能研学项目新媒体营销”

等内容展开。培训紧跟技术发展趋势，加强 AI 在新媒体营销中的应用，强化实战任务比重，通过专题授课、实战演练、复盘总结、主题沙龙和课题研究等多种形式激发学员热情。凤凰传媒数字化中心、第三期新媒体人才班 32 名学员与相关人员参加活动。

案例 AI 数字出版专题培训活动成功举办

2024 年 8 月 21 日至 23 日，AI 数字出版专题培训活动成功举办。采用“理论+实操+评价”的教学方法，通过分组合作、理论讲解、现场演示、实战练习、互动点评等方式，将多领域的头部 AI 应用工具使用方

法和多种 Prompt 编写技巧凝练在课堂内容中，带领学员针对“AI 文稿创作与图书编辑”“AI 文生图与图书插图设计”和“AI 音视频创作与图书融媒体形态”三个核心专题内容进行深入的学习和实践。

重视伙伴共赢

公司始终以为消费者提供优质产品、携供应链共同发展为导向，重视消费者权益保护，关注合作伙伴发展，积极发挥行业引领者作用，为行业发展贡献主流声音。

消费者权益

我们重视消费者体验，在公司内部建立完善的客户关系管理体系，保障客户的需求与隐私，为客户提供优质产品与服务。报告期内，未发生产品质量问题和客户隐私泄露事件。

消费者问卷调查

商管公司每年开展消费者调查问卷，征询消费者对于商场的改进提升意见，并根据调研结果持续完善消费业态，改进管理水平。

本年度消费者调查涉及苏州、南通、镇江、阜宁、盱眙、泰兴、射阳等多地。

调查目的：了解消费者对广场的评价及消费需求，便于开展针对性的调整与改善

调查对象：场内消费者

问卷主要内容：

您来商场的主要目的？

您从哪些途径获得商场的促销信息？

您认为商场最迫切需要提升的方面？

您认为商场还需要引进什么品类？

您希望商场引进什么品牌？

您觉得商场可以增加什么增值服务？

内容质量保障

出版是公司重要的业务板块，我们认为质量是出版物的生命线，对公司具有重大双重实质性影响。

治理

我们设立编辑委员会，负责出版内容的管理，指导协调出版部（国际拓展部）、教材部和数字化中心的工作，确保落实文化和出版意识形态工作的相关指示。

编辑委员会职责

01

重大选题规划以及大型书展与作者年会活动策划

02

凤凰传媒品牌的确立与传播

03

教材发行规划

战略

我们严格遵守《中华人民共和国著作权法》《出版管理条例》《图书出版管理规定》《图书质量保障体系》等相关法律法规，并制定《凤凰传媒出版物质量提升三年行动方案（2024—2026）》。

凤凰传媒内部持续建立健全图书质量管理机制，通过严格把关出版社的出版内容，并对选题提出意见，以督查为主、检查为辅的方式保障内容导向、编校质量，规范图书出版秩序。为保护消费者合法权益，根据《图书质量管理规定》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规指引，制订内部图书质量管理条例。

针对特殊图书，增设质量保证条款，确保图书内容质量。

出版社三审三校流程

按照重在预防的原则，从图书出版全流程抓起，在初审、复审、终审、一校、二校、三校等重要环节，设立监控点

初审

在审读全部稿件的基础上，主要负责从专业的角度对稿件的社会价值和学术价值进行审查，把好政治关、知识关、文字关。要写出初审报告，并对稿件提出取舍意见和修改建议

复审

应审读全部稿件，并对稿件质量及初审报告提出复审意见，作出总的评价，并解决初审中提出的问题

终审

根据初、复审意见，主要负责对稿件的内容，包括思想政治倾向、学术质量、社会效果、是否符合党和国家的政策规定等方面做出评价。如果选题涉及国家安全、社会安定等方面内容，属于应当由主管部门转报国务院出版行政部门备案的重大选题、或初审和复审意见不一致的，终审者应通读稿件，在此基础上，对稿件能否采用作出决定

一校

对文字错误、排版、格式负责审校

二校

审查上一次的差错，并逐项核对细节问题

三校

全文通读，统一全书格式，修正细节错误

特殊图书质量保证条款

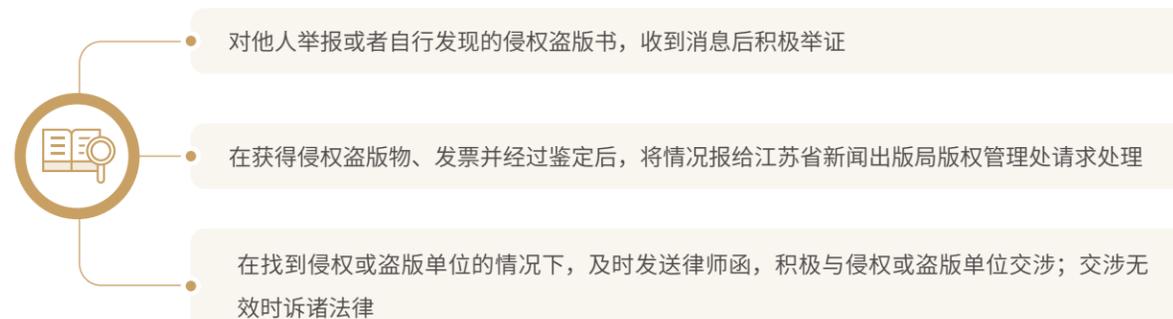
- 对省以上重点书、送评图书、词典类工具书、新编教材、难度较大的引进版图书适当增加审校次数；
- 送评图书和国家、省重点图书实行印前审读；
- 重大、敏感类图书，按规定履行重大报备流程，并填写月报表、三审单、送审报告、审读报告及书稿。

风险管理

我们重视对内容质量的风险管理，在图书信息发布、选题立项、版权购买、版权引进、版权输出、原版样书管理、打击侵权盗版等环节做出严格规定，并明确书稿审校制度，保障高质量内容输出。

江苏凤凰报刊出版传媒有限公司基于自然语言处理技术自主研发“凤凰智能校对系统”，可辅助检查、纠正各类字词语法、知识事实、内容格式错误，同时审查其政治舆论导向正确性，保障出版物及各类文档的意识形态安全。2024年，“凤凰智能校对系统”基于大模型开发并上线了多项“AI校对”功能，对于出版物中自然科学、文学历史、社会生活等多领域的常识性错误，查出率和查准率明显提升。

打击盗版侵权的措施



内容质量风险清单

| 类型 | 名称 | 风险描述 |
|------|---------|--|
| 政策风险 | 政策变动风险 | 出版相关政策对行业的要求发生变动，导致适应的成本增加 |
| 技术风险 | AI 技术风险 | 训练人工智能引擎的专有内容以及相关内容的呈现和合成等核心领域，对出版商的知识产权存在侵权风险 |
| | 数字化风险 | 出版行业数字化程度的增加，导致预防信息泄露与保护隐私的难度增加 |
| 内容风险 | 知识产权风险 | 信息化程度增加导致知识产权侵权风险增加 |
| 市场风险 | 消费者偏好变动 | 消费者的阅读习惯改变，导致市场导向发生变动 |

指标与目标

在全国重要奖项和国家级项目评比中位居前列。

负责任 供应链

凤凰传媒始终重视供应链的建设，坚持阳光采购，对供应商的环保用材、商业道德等方面做出严格要求，为供应商提供必要的培训，致力于构建稳健、可靠的供应链。

供应商系列培训要求

- 01 通报国家新闻出版署上一年度 315 教材印制质量检查结果，提示供应商注意事项
- 02 通报江苏省新闻出版局质检中心春秋两季教材印制质量检查结果，提示供应商注意事项
- 03 传达本年度春秋两季教材印制工作的质量、进度、服务要求
- 04 供应商（教材印制单位）针对教材印制工作交流发言，提出问题，解决问题
- 05 分管领导代表凤凰传媒就本季度“课前到书、人手一册”、教材印制质量、供应商快速响应用户诉求等提出工作要求

公司建立完善的供应商选择机制，对供应商进行选择评价，并形成《供应商准入标准》，对合格供应商列入《合格供方清单》，并开展合格供方日常管理，通过《供应商年度综合评估表》评估后，及时更新《合格供方清单》。

合格供方日常管理

- 供应商在物料供应或提供服务的过程中，使用部门和业务经办部门发现产品质量问题或服务不能满足要求时，及时督促供方进行改进，必要时应以书面《整改通知单》的形式向供应商提出改进要求
- 对整改效果不能达到公司要求的，经项目负责人批准后，取消其合格供方资格
- 每月对重要供应商开展服务质量评估

作者合作与 内容生态 建设

凤凰作者年会不仅是文化盛典，更是凤凰传媒“以作者为本”理念的集中体现。通过奖项激励、工作室共建、多元活动等举措，凤凰持续强化与作者的深度合作，推动内容创新与文化遗产，探索数字时代下的出版新模式，为可持续发展注入持久动力。

凤凰作者年会

2024 年 10 月，凤凰传媒以“敬作者，献华章，创未来”为主题，成功举办第五届凤凰作者年会，汇聚 70 余位文化名家，共同探讨出版的未来方向。年会的核心宗旨在于致敬作者群体，构建“作者-读者-编者”三位一体的文化生态圈，推动优质内容的持续产出。

“金凤凰”奖章表彰杰出贡献者

本届年会向张海鹏（史学名家）、丁帆（文学研究领军人物）、刘亮程（茅盾文学奖得主）、顾建军（教育专家）四位作者颁发“金凤凰”奖章，表彰他们长期与凤凰合作、在学术与创作领域的卓越贡献。

挂牌新一批“名家工作室”

新设立钱乘旦、丁帆、刘亮程、孙江、柯军、周翔六位名家工作室，通过深度合作推动创作与出版的融合。

推动原创精品出版

凤凰传媒通过“凤凰好书”与“凤凰文学奖”评选两大品牌活动，构建内容生产与传播的全链条激励机制。

发布年度“凤凰好书”榜单

2024 年评选出 15 部精品图书，涵盖历史、文学、科普、少儿等多领域，如《中国近代通史（修订版）》《北方谈话：邓小平在 1978》《人间红楼》等，展现凤凰传媒在主题出版与学术出版等方面的深厚积淀。

发布第三届“凤凰文学奖”

胡学文的长篇小说《龙凤歌》摘得 50 万元首奖。该奖项聚焦未出版的原创作品，注重文学创作的前瞻性与多样性。

多元活动构建文化生态

凤凰作者年会不仅是颁奖平台，更是文化共创的枢纽。

艺术与出版的跨界融合

邀请 70 位版画名家为 72 位作者定制藏书票，将艺术与书籍结合，彰显对作者的个性化致敬。

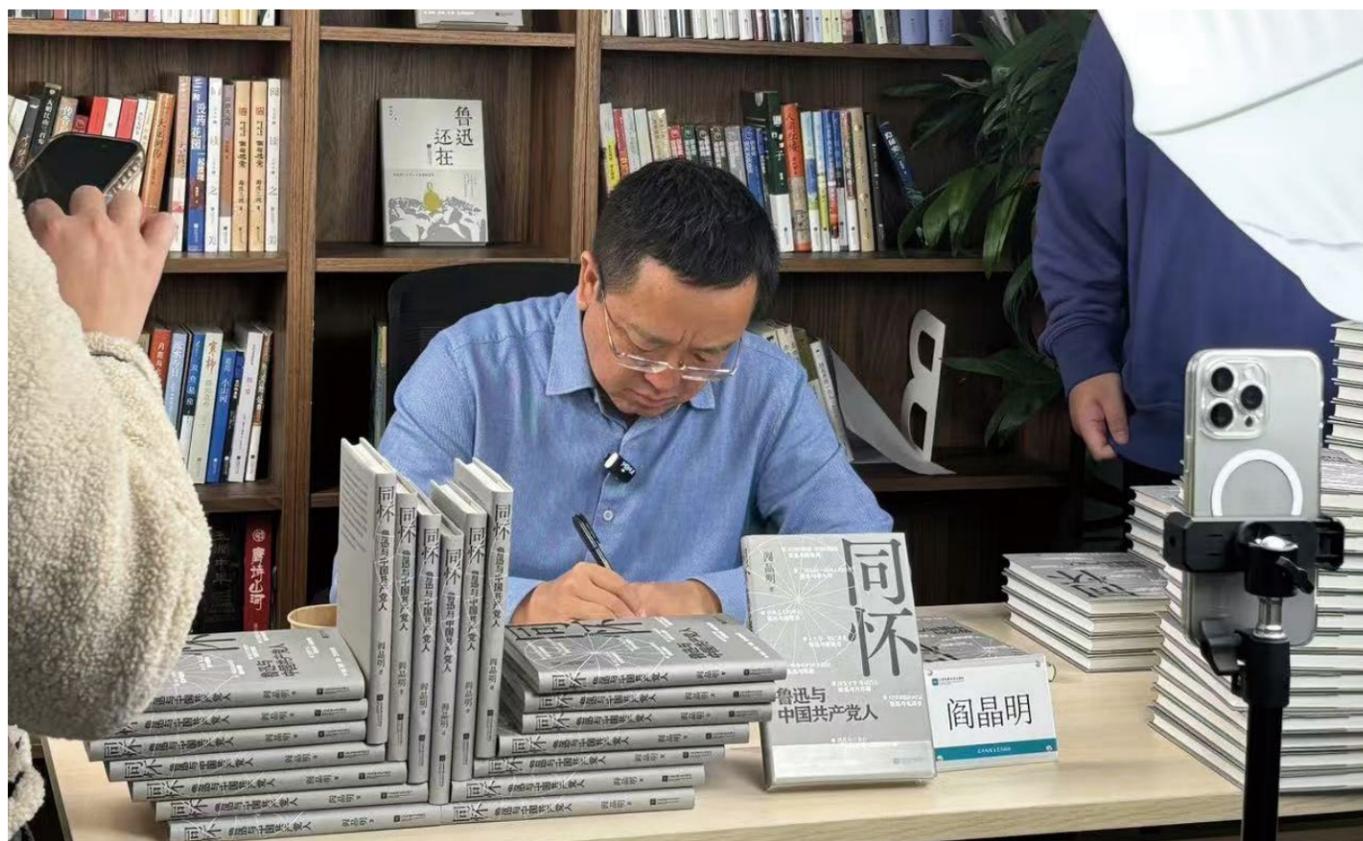
子品牌市集与读者互动

举办凤凰出版子品牌“彩蛋”市集、南京文学书集等活动，联动 26 个子品牌展示出版成果，吸引超 10 万人次参与，拉近作者与读者的距离。

推动数字化发展

以《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》为指引，构建数字化时代新型出版传播体系，凤凰传媒积极推进数字化与传统业务的融合，制定《推进凤凰出版融合发展实施意见（2023—2025）（试行）》《推进凤凰传媒人工智能发展实施意见》，系统布局内容与先进技术的结合，更好地满足人民需求。

凤凰传媒积极建设发展数字化平台，开拓新的运营空间，并主动融入新媒体发展的大潮中，持续增强自身的传播力和影响力；并支持“产学研”的深入融合，不断提高创新能力。



案例 打造数字化平台，开拓运营新空间

“凤凰书苑” 知识服务平台

立足出版主业，整合各出版单位大众类优质资源，建设适合互联网时代传播的大众知识服务平台。“凤凰书苑”2020年建成上线以来，已形成包括App、H5、小程序及相关新媒体号在内的产品矩阵。拥有丰富的自主知识产权的有声书、荐书、好书解读、课程等数字内容。

依托各出版社基础教育教材、教辅，面向中小学校开发的全方位数字教育综合服务平台。平台包含数字教材、数字教辅、网络课程等项目，以及课后服务平台、智能作业平台等子平台。

“凤凰易学” 数字教育 平台

凤凰 职教云

依托职教出版资源，聚焦职业教育综合服务，已形成课程资源云平台、教学云平台、职业培训平台三大应用模块，成为江苏省教育厅推荐的三大在线教学平台之一。

“译林英语”点扫一体辞典笔和“译林英语”口袋学习机，是译林社依托自身丰富优质的英语教育资源，联合硬件商推出的便携英语学习设备。用户只需用笔尖轻点教材，即可听读原汁原味的教材录音。同时，强大的扫读功能可以识别任何印刷甚至是手写的文本内容，快速获取词义和发音。内置多语种权威词典，支持高拟真发音，不仅适合不同年级的学生，也满足了各个语言学习者的需求，是一款集点读、翻译、学习于一体的高效学习工具。

译林社 “智能学习 硬件”

案例 凤凰传媒新媒体矩阵建设与发展

江苏凤凰科学技术出版社“青鸟新知新媒体矩阵”：打破新媒体内容生产与图书内容生产的壁垒，形成具有影响力、聚合力与变现能力的融合出版科普品牌，推动编辑部由传统编辑部向全媒体科普知识服务、多元化产品生产、全媒体营销的新型编辑部转型。2024 年，产生亿级阅读量短视频 1 条、千万级短视频 2 条，矩阵总用户达到 41 万，科普视频播放总量突破 2.3 亿次，实现融合出版图书（含文创）销售超百万元。

译林出版社通过新媒体矩阵、电商矩阵、私域三维协同，统筹推进私域建设，进一步夯实稳健、高质量、可持续性的新媒体营销体系。2024 年，达到覆盖粉丝 500 万+，年增长约 37 万；在新榜出版单位新媒体影响力总榜排名第 6，微博排名第 2，视频号排第 10；在“第八届大众喜爱的阅读新媒体号”评选中，公众号入选，抖音入围，位列出版行业头部阵列。



江苏凤凰文艺出版社“大鲸出来了号”：聚焦汉语原创文学的创作、出版与传播，立足本土兼顾海内外，包括但不限于当下文坛重要作者及作品，最新创作现象与趋势，重大文学成果，当下创作及阅读中的普遍性问题，文学图书的解读及内容推广等。报告期内，“大鲸直播间”开展了 18 场主题直播，观看量和点赞破 20 万。“大鲸视频号”打造文学现场、评论家说、作家说等特色的视频合集，全网观看量达 70 万。奖项方面，“大鲸出来了号”获《中国新闻出版广电报》专版专题报道，入选该报“2024 年度 30 大创新案例”；文艺社新媒体团队被《中国出版传媒商报》评选为“2024 年度出版行业榜样团队”。



凤凰智灵平台“技术+出版”的融合创新

作为中国出版传媒行业智能化转型的领航者，凤凰传媒依托深厚行业积淀与创新基因，率先打造出国内首个全场景覆盖的出版行业人工智能应用综合服务平台“凤凰智灵”。该平台推动科技创新与出版创新的深度融合，凭借前沿技术，聚焦行业核心需求，集成 10 余种 AI 能力，构建起覆盖行政办公、内容生产、市场营销的全方位智能应用矩阵，为行业高质量发展注入新质生产力。2024 年，入选国家新闻出版署出版业科技与标准创新项目。

目前，“凤凰智灵”已累计上线 33 个高频业务场景，集团用户覆盖超 2,000 人，访问量突破 40 万次，应用累计使用超 20 万次，是国内首家实现编辑和营销人员常态化使用 AI 平台并开展内部 AI 培训的领先探索者。此外，在技术融合层面，“凤凰智灵”平台 V2.2 版本正式接入 DeepSeek-R1 模型，进一步强化了平台的智能化能力，为各类智能工具的优化与迭代提供了更强大的底层支持。

倾力回报社会

凤凰传媒重视对社会的正向回馈，结合自身业务的优势，通过多种方式与渠道开展社会公益与乡村振兴活动。公司全年开展“凤凰读书会”系统阅读推广活动超 6,000 场次，承办第十四届江苏书展，超过 400 家出版发行单位、超过 8 万种出版物参展，线上线下共实现销售 2.52 亿元。

2024 年 9 月，凤凰传媒组织员工 1,561 人参加省民政厅等 9 部门联合组织的“慈善一日捐”活动，为困难群众奉献爱心，助力解决人民群众急难愁盼问题，共计捐款 143,842.10 元。

案例 “爱心书市·悦读时光”主题阅读推广活动

2024 年 10 月，由泰州市教育局、泰州市新华书店主办，凤凰传媒译林出版社协办的“爱心书市·悦读时光”主题阅读推广活动在泰州开展，通过爱心义卖与阅读分享，搭建公益与文化交流的平台，既推广全民阅读，又助力公益事业，让爱心与书香共同传递。

活动累计完成 800 多笔爱心义卖交易，筹得善款 2,705.10 元，全部善款已于活动结束后次日统一捐赠给泰州市社会福利院，用于改善孩子们的学习和生活环境。



爱心义卖活动

案例 建设农家书屋 服务乡村振兴

凤凰传媒以“三下乡”活动作为重要载体，把不断满足人民群众物质文化、精神文化需求作为立足点，源源不断地把优秀精神文化产品、优质服务送下乡。为江苏省农家书屋更新出版物，更新总册数 45 万余册。参加省“三下乡”集中服务，定向捐赠 40 万元码洋图书。数字农家书屋注册用户达 750 万人，平台总使用次数达 1.14 亿次，全年开展阅读推广活动超 100 场。

案例 苏少社开展乡村振兴帮促活动

2024 年 12 月，苏少社赴响水县少开展“书香润响水，文化促振兴”主题活动，给响水县实验小学、运河中心小学以及未成年人保护站捐赠了 10 万元码洋约 3,310 本图书，并慰问了运河镇新条村部分困难群众。《我爱学》杂志主编、儿童作家张晓玲为两校师生分别送上《我和家乡一起长大》讲座。



苏少社向响水县运河中心小学等单位捐赠图书共 10 万码洋

案例 发行集团援疆工作

自 2011 年起，发行集团每年向新疆伊犁州文广新局指定单位捐赠图书实物 40 万元码洋，向新疆克州文广新局指定单位捐赠图书实物 20 万元码洋。截止 2021 年底，总计向新疆伊犁州、昭苏、霍城、特克斯、新源、伊宁、克州等地方图书馆捐赠 660 万元码洋图书实物。

* 码洋：指全部图书定价总额。

案例 凤凰终身学习书架

2023 年 11 月，江苏省首家“凤凰终身学习书架”在常州老年大学正式启用。该书架是专为推动全省终身教育新型阅读空间而设计，依托“凤凰书苑”平台，整合优质数字资源，包括电子书、有声书、好书解读及音视频课程等，旨在打造具有地方特色的阅读空间，为社区学院和老年大学提供便捷、多元、智能的阅读体验，营造终身学习的氛围。书架还具备“定向声场”功能，为老年人提供个性化的有声听读服务。



展望未来

时间刻度，亦是奋斗标尺。“十四五”规划收官之年，凤凰传媒将更加紧密团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，锚定世界一流出版传媒企业目标，坚定不移做强做优做大出版主责主业，持之以恒提升企业现代化治理能力，全面推进出版全链减碳行动，依托文化数字化普惠工程深化全民阅读推广，以高质量发展的实绩为中国式现代化江苏新实践作出新的更大贡献！



绩效表

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|-------------|----|--------|
| 经济指标 | | |
| 资产总额 | 亿元 | 307.47 |
| 营业收入 | 亿元 | 136.06 |
| 利润总额 | 亿元 | 22.66 |
| 治理 | | |
| 公司治理 | | |
| 董事会会议次数 | 次 | 7 |
| 专门委员会召开次数 | 次 | 8 |
| 董事总人数 | 人 | 11 |
| 非执行董事 | 人 | 9 |
| 女性董事 | 人 | 1 |
| 独立董事 | 人 | 4 |
| 商业道德 | | |
| 反贪污腐败培训 | 场次 | 582 |
| 参与反贪污腐败培训人次 | 人次 | 13,406 |
| 参与反贪污腐败培训人数 | 人 | 4,401 |
| 董事高管参与培训 | 人 | 8 |
| 中层管理人员参与培训 | 人 | 777 |
| 普通员工参与培训 | 人 | 3,616 |
| 公平竞争培训 | 场次 | 97 |
| 商业道德争议事件 | 件 | 0 |
| 公平竞争争议事件 | 件 | 0 |
| 风险管理 | | |
| 风险相关培训 | 场次 | 338 |
| 参与风险相关培训人次 | 人次 | 6,545 |
| 董事高管参与培训 | 人次 | 16 |
| 中层管理人员参与培训 | 人次 | 972 |
| 普通员工参与培训 | 人 | 5,674 |
| 公平竞争培训 | 场次 | 97 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|------------------|------------|------------|
| 隐私和数据安全 | | |
| 参与隐私和数据安全培训 | 人 | 2,837 |
| 获得数据安全认证单位 | 个 | 18 |
| 隐私和数据安全争议事件 | 件 | 0 |
| 知识产权管理 | | |
| 累计专利数量 | 项 | 37 |
| 完成专利申请数量 | 项 | 4 |
| 新增专利申请数量 | 项 | 4 |
| 版权 | 个 | 37,857 |
| 参与国家 / 行业标准制定 | 个 | 9 |
| 环境 | | |
| 资源利用与循环经济 | | |
| 能源消耗总量 | 吨标准煤 | 63,547.98 |
| 能源消耗强度 | 吨标准煤 / 百万元 | 4.67 |
| 按能源类型划分 | | |
| 汽油 | 升 | 328,959.35 |
| 柴油 | 升 | 164,157.85 |
| 天然气 | 立方米 | 630,396.25 |
| 液化石油气 | 立方米 | 17.60 |
| 电力 | 兆瓦时 | 224,020.89 |
| - 外购电力使用量 | 兆瓦时 | 222,580.89 |
| - 自发太阳能使用量 | 兆瓦时 | 1,440.00 |
| 热力 | 兆瓦时 | 755.90 |
| 热水 | 兆瓦时 | 1,204.31 |
| 蒸汽 | 兆瓦时 | 1,100.00 |
| 直接能源消耗量 | 吨标准煤 | 1,392.68 |
| 间接能源消耗量 | 吨标准煤 | 62,155.30 |
| 清洁能源消耗量 | 吨标准煤 | 1,015.40 |
| 清洁能源消耗量占比 | % | 1.60 |
| 按清洁能源类型划分 | | |
| 天然气 | 立方米 | 630,396.25 |
| 天然气占比 | % | 82.57 |
| 太阳能 | 兆瓦时 | 1,440.00 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|--------------------|---------------|------------|
| 太阳能占比 | % | 17.43 |
| 用水总量 | 吨 | 779,824.91 |
| 用水强度 | 吨 / 百万元 | 57.32 |
| 废弃物循环利用量 | 吨 | 773.84 |
| 废弃物管理 | | |
| 废弃物产生总量 | 吨 | 13,155.25 |
| 按废弃物类型分类 | | |
| 无害固体废弃物 | 吨 | 12,993.08 |
| 无害固体废弃物产生强度 | 吨 / 百万元 | 0.95 |
| 有害固体废弃物 | 吨 | 162.17 |
| 有害固体废弃物产生强度 | 吨 / 百万元 | 0.01 |
| 废水排放总量 | 吨 | 468,291.02 |
| 废水排放强度 | 吨 / 百万元 | 34.42 |
| 按废水类型分类 | | |
| 办公生活废水 | 吨 | 433,679.88 |
| 生产物流废水 | 吨 | 34,611.14 |
| 应对气候变化 | | |
| 温室气体排放总量 | 吨二氧化碳当量 | 123,157.91 |
| 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量 / 百万元 | 9.05 |
| 按温室气体排放范围划分 | | |
| 范围 1 | 吨二氧化碳当量 | 2,509.16 |
| 范围 2 | 吨二氧化碳当量 | 120,648.75 |
| 太阳能发电量 | 兆瓦时 | 1,700.00 |
| 太阳能发电节约标准煤量 | 吨标准煤 | 208.93 |
| 原材料管理 | | |
| 纸张消耗总量 | 吨 | 113,481.92 |
| 按纸张种类划分 | | |
| 环保纸张 | 吨 | 107,821.80 |
| 其他纸张 | 吨 | 5,660.12 |
| 环保纸张使用比例 | % | 95.01 |
| 环境管理 | | |
| 环境保护投入 | 万元 | 467.77 |
| 重大环保违法违规事件数量 | 件 | 0 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|---------------------|----|--------|
| 社会 | | |
| 员工保障 | | |
| 劳动合同签订率 | % | 100 |
| 社会保险覆盖率 | % | 100 |
| 召开职工代表大会次数 | 次 | 1 |
| 员工结构 | | |
| 员工总数 | 人 | 8,422 |
| 劳务派遣员工人数 | 人 | 2,071 |
| 全职员工总人数 | 人 | 6,351 |
| 按民族划分的全职员工人数 | | |
| 汉族 | 人 | 6,174 |
| 少数民族 | 人 | 177 |
| 按性别划分的全职员工人数 | | |
| 女性 | 人 | 3,152 |
| 男性 | 人 | 3,199 |
| 按年龄划分的全职员工人数 | | |
| 30 岁及以下 | 人 | 792 |
| 30-50 岁 | 人 | 3,886 |
| 50 岁及以上 | 人 | 1,672 |
| 按学历划分的全职员工人数 | | |
| 研究生及以上 | 人 | 982 |
| 本科 | 人 | 2,938 |
| 专科及以下 | 人 | 2,431 |
| 按地区划分的全职员工人数 | | |
| 中国(除港澳台) | 人 | 6,247 |
| 海外 | 人 | 104 |
| 港澳台 | 人 | 0 |
| 高管人数 | | |
| 高管总人数 | 人 | 7 |
| 女性高管人数 | 人 | 2 |
| 高管中的女性占比 | % | 28.57 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|----------------------|----|------------|
| 员工流失 | | |
| 员工流失率 | % | 1.95 |
| 退休及身故员工总人数 | 人 | 439 |
| 员工流失总人数 | 人 | 124 |
| 按性别划分的员工流失总人数 | | |
| 女性 | 人 | 72 |
| 男性 | 人 | 52 |
| 按年龄划分的员工流失总人数 | | |
| 30 岁及以下 | 人 | 50 |
| 30-50 岁 | 人 | 66 |
| 50 岁以上 | 人 | 8 |
| 按学历划分的员工流失总人数 | | |
| 研究生及以上 | 人 | 30 |
| 本科 | 人 | 62 |
| 专科及以下 | 人 | 32 |
| 按地区划分的员工流失总人数 | | |
| 中国(除港澳台) | 人 | 124 |
| 海外 | 人 | 0 |
| 港澳台 | 人 | 0 |
| 员工关怀 | | |
| 帮扶困难员工投入 | 万元 | 90.79 |
| 帮扶困难员工人数 | 人 | 578 |
| 培训管理 | | |
| 员工培训投入 | 万元 | 548.20 |
| 员工培训人次 | 人次 | 29,243 |
| 员工培训总小时数 | 小时 | 114,493.01 |
| 女性 | 小时 | 66,674.17 |
| 男性 | 小时 | 48,268.84 |
| 高级管理层 | 小时 | 174.00 |
| 中级管理层 | 小时 | 14,659.77 |
| 普通员工 | 小时 | 100,109.24 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|--------------------|----|----------|
| 参与培训的员工总人数 | 人 | 6,062 |
| 女性 | 人 | 3,057 |
| 男性 | 人 | 3,005 |
| 高级管理层 | 人 | 6 |
| 中级管理层 | 人 | 491 |
| 普通员工 | 人 | 5,565 |
| 员工参与培训的人均时数 | 小时 | 18.09 |
| 女性 | 小时 | 21.81 |
| 男性 | 小时 | 16.06 |
| 高级管理层 | 小时 | 29.00 |
| 中级管理层 | 小时 | 29.86 |
| 普通员工 | 小时 | 17.99 |
| 员工培训覆盖率 | % | 94.79 |
| 女性 | % | 50.43 |
| 男性 | % | 49.57 |
| 高级管理层 | % | 0.10 |
| 中级管理层 | % | 8.10 |
| 普通员工 | % | 91.80 |
| 职业健康与安全管理 | | |
| 员工职业健康与安全培训 | 人次 | 7,243 |
| 职业健康资金投入 | 万元 | 2,266.87 |
| 员工工伤保险投入金额 | 万元 | 451.86 |
| 员工工伤保险覆盖人数 | 人 | 6,351 |
| 员工工伤保险覆盖率 | % | 100 |
| 职业伤害 | | |
| 因工伤损失工作日数 | 日 | 1,293.50 |
| 因工亡故人数 | 人 | 0 |
| 因工亡故比率 | % | 0 |
| 安全生产 | | |
| 应急演练活动 | 次 | 414 |
| 安全应急预案 | 个 | 212 |

| 指标名称 | 单位 | 2024 年 |
|-----------------------------------|----|-----------|
| 供应商管理 | | |
| 供应商总数 | 个 | 1,851 |
| 供应商通过质量管理体系认证的供应商 | 个 | 330 |
| 供应商通过质量管理体系认证的比例 | % | 17.83 |
| 客户隐私保护 | | |
| 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损害涉及的金额 | 万元 | 0 |
| 客户隐私泄露事件涉及的具体金额 | 万元 | 0 |
| 违反数据泄露 / 客户信息泄露事件相关法律法规造成的损失 | 万元 | 0 |
| 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的诉讼 | 件 | 0 |
| 参与客户隐私保护相关培训总时长 | 小时 | 649.00 |
| 客户隐私保护相关培训次数 | 次 | 127 |
| 参加客户隐私保护相关培训的员工人数 | 人 | 2,014 |
| 客户隐私保护相关培训覆盖率 | % | 31.71 |
| 乡村振兴 | | |
| 支持乡村振兴总投入金额 | 万元 | 360.43 |
| 乡村振兴项目惠及人数 | 人 | 198,802 |
| 乡村振兴定点帮扶单位数 | 个 | 51 |
| 乡村振兴定点帮扶资金投入 | 万元 | 341.51 |
| 公益慈善 | | |
| 公益慈善项目及总投入 | 万元 | 1,484.68 |
| 员工志愿服务人次 | 人次 | 7,599 |
| 员工志愿服务总时长 | 时 | 16,281.90 |
| 公益慈善受益人数 | 人 | 585,791 |
| 科技进步 | | |
| 研发投入金额 | 万元 | 4,218.50 |
| 研发投入强度 | % | 0.31 |
| 研发人员数量 | 人 | 105 |
| 研发人员占比 | % | 1.65 |

指标索引

| 报告章节 | GRI | 页码 |
|--------------|--|-------|
| 关于本报告 | 2-2;2-3;2-4 | 1 |
| 董事长致辞 | / | 4-5 |
| 走进凤凰传媒 | 2-1 | 6-8 |
| 可持续发展治理 | 2-7;2-8;2-16;2-17;2-18;2-29;3-1;3-2 | 9-11 |
| 以治理为本 构建稳固根基 | | |
| 完善公司治理 | 2-9;2-12;201-1;205-1;205-2;205-3 | 14-17 |
| 严格风险管控 | 408-1 | 18-21 |
| 保护知识产权 | / | 22-23 |
| 坚持党建引领 | / | 24-25 |
| 以环保为本 守护绿色生态 | | |
| 开展绿色管理 | 301-1;301-2;301-3;302-1;302-3;303-3;306-3;306-4;306-5 | 28-32 |
| 践行低碳发展 | 201-2;305-1;305-2;305-4;305-5 | 32-35 |
| 贡献绿色实践 | / | 36-37 |
| 以和谐为本 共创幸福生活 | | |
| 勇担文化使命 | / | 40-41 |
| 携手员工发展 | 201-3;401-1;401-2;401-3;403-1;403-2;403-3;403-4; 403-5;403-6;403-7;403-8;403-9;403-10;404-1;404-2; 404-3;405-1;406-1;407-1;408-1;409-1 | 42-44 |
| 重视伙伴共赢 | 308-1;416-1;416-2 | 45-49 |
| 推动数字化发展 | / | 50-53 |
| 倾力回报社会 | 403-1;403-2 | 54-55 |
| 展望未来 | / | 56 |
| 绩效附录 | 302-1;302-2;302-3;302-4;302-5;303-3;303-4;303-5; 305-1;305-2;305-4;305-5;305-6;305-7;306-3;306-4; 306-5;401-1;404-1 | 57-63 |
| 指标索引 | / | 64 |
| 意见反馈 | / | 65 |

意见反馈

尊敬的利益相关方：

您好！非常感谢您阅读《江苏凤凰出版传媒股份有限公司 2024 年可持续发展报告》。为发挥报告的沟通交流作用，我们真诚地期待您对本报告以及我们的相关工作提出宝贵意见和建议，帮助我们推进公司环境、社会及治理相关管理和实践。

反馈邮箱：zhengquan@ppm.cn



地址 /Add:南京市湖南路 1 号凤凰广场 B 座

电话 /Tel:025-51883338/ 025-83651217

E-mail:zhengquan@ppm.cn