

中南出版传媒集团股份有限公司 2022 年度社会责任报告

2022 年，中南出版传媒集团股份有限公司（以下简称“中南传媒”或“公司”）坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以迎接宣传贯彻党的二十大为主线，高效统筹安全和发展两件大事，有效应对行业突发事件挑战，出版、印刷、媒体、教育服务等业务口线攻坚克难、出新出彩，中南传媒社会美誉度持续提升，国有文化企业责任担当充分彰显。

一、聚焦图书出版主业，更好满足人民精神文化需求

“能吃辣椒会出书”，“出版湘军”享誉海内外。2022 年公司继续深耕出版，一批大书、好书、精品书出版问世，获得良好社会效益和经济效益。

（一）服务中心大局，主题出版成绩亮眼

为迎接党的二十大，围绕新时代的历史性成就和历史性变革策划实施 84 种重点选题，《湖南日报》2022 年 10 月 2 日头版刊发《湘版好书矩阵 献礼新时代》，对中南传媒献礼党的二十大图书进行整体报道。主题类图书捷报频传，《勋

章》等 3 个选题入选中宣部 2022 年主题出版重点出版物,《奔向共同富裕》获中宣部第十六届“五个一工程”图书奖,《扶贫志》等 14 种产品获湖南省第十五届精神文明建设“五个一工程”奖,《十村记:精准扶贫路》等 35 种出版物获第三届湖南出版政府奖。

(二) 赓续传统文化, 古籍出版成果丰硕

深入贯彻落实习近平总书记关于传承和弘扬中华优秀传统文化的重要论述以及党中央《关于推进新时代古籍工作的意见》,着眼创造性转化、创新性发展,从经费保障、人才培养、考核优化等方面推动古籍出版。《胡林翼全集》等 14 个项目入选中宣部《2021-2035 年国家古籍工作规划》,完成《中国兵学通史》《中国经学史》《南诏大理国兴衰史》《中国古代服饰文献图解》《湖南石刻文献集成》《魏光焘集》《传统蒙学基本丛书》等国家级项目,出版“大中华文库”《西厢记》(汉越对照版)和《庄子》(汉越对照版),创下近年来中南传媒一年内完成重大文化工程项目新纪录。

(三) 把握市场趋势, 大众出版成效显著

通过调控品种规模、优化生产节奏,2022 年中南传媒一般图书市场表现稳中有升,实洋占有率在全国出版集团中排名第四,作文、科普、艺术综合等 11 个传统优势品牌继续保持细分市场领先。《戴花》等 5 本图书入选“中国好书”月榜。

《敦煌三书》入选《中国新闻出版广电报》优秀畅销书排行榜推荐。经典品种《四五快读》《时间简史（插图版）》等依然热销，13本图书登上开卷网店、当当图书月度畅销榜前30。《重中之重》《大唐之变》《笨狼的故事注音版·笨狼的奇招》等新书在市场上反响热烈。

二、拓宽发行主渠道，努力传播新思想和二十大精神

公司切实发挥出版发行主渠道主阵地作用，将主题出版物发行工作当作政治任务、摆在突出位置，推动习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神在三湘大地落地生根、开花结果。

湖南省新华书店依托“一中心三层级”发行机制，线上线下联动、店内店外互动，组织开展“奋进新征程 建功新时代——喜迎二十大”主题图书联展、党的二十大精神及学习辅导读物主题联展、学习二十大精神主题图书联展，全力以赴做好各项主题出版物发行工作。全年发行党的二十大精神及学习辅导读物698万册，发行《习近平谈治国理政》第四卷295万册；发行《让群众过上好日子——习近平正定足迹》等四部图书74万套、《中国共产党宣传工作简史》26万册、《百年初心成大道——党史学习教育案例选编》13万册、《百年大党面对面——理论热点面对面·2022》31万册。

三、有效应对突发情况，坚决完成“课前到书”任务

作为国家重要教材研发生产基地和全省中小学教材教辅唯一发行单位，中南传媒历来高度重视教材出版发行工作。2022年，受教材领域突发舆情影响，公司按照国家教材委员会、教育部统一部署，对本版中小学教材教辅和进入校园课外读物的插图及内容进行全面排查，确保体现正确政治方向和价值导向，弘扬中华优秀传统文化，符合大众审美习惯。各出版单位快速反应、立查立改，修订后的教材顺利通过教育部或湖南省教育厅评审。

教材全面修订导致同年秋季教材印制周期严重缩短。面对教材供型时间晚、生产时间紧、发行数量大、高温持续时间长等不利因素，中南传媒坚持全局一盘棋、上下一条心，加强对出版、印刷、发行、物流各环节的统筹调度，不计成本、不计损失，举全产业链之力保障秋季教材印制发行。经过暑期紧张奋战，40天印制中小学教材1.38亿册，30天收发图书1.79亿册，连续42年完成教材“课前到书、人手一册”政治任务。

四、做好媒体融合文章，不断壮大主流思想舆论

中南传媒坚持党管媒体、党管意识形态，推动媒体融合向纵深发展，形成全媒体、立体式、多平台共享分发的现代传播格局，在2022年全国两会和党的二十大宣传报道、湖南重大战略重点工作解读、疫情防控引导等方面担当作为、

凝聚共识，凸显新型主流媒体的引领力、传播力、影响力。

红网全力打造新型党网平台，重点办好《习语夜读》《习声回响》等专栏，持续提升“头条工程”实效；有关党的二十大宣传通过“千屏联播”覆盖人群超 5000 万人次，全网总点击超 5.5 亿次；防溺水短视频《孤“泳”者》总点击超 2 亿次；中法双语短视频《若要探寻国家发展密码，就应向“中”看——刚果（布）在华留学生高翔》被外交部官微推送，法文版被中国驻刚果（布）大使馆海外账号推送，刚果（布）国家电视台播放；《燃！珍贵“月壤”完成正式交接存储韶山》《湘农荟》两件作品获评第 32 届中国新闻奖三等奖。

中南地铁传媒放大地铁窗口价值，利用地铁引领文明风尚，在长沙和武汉策划“党的一大至二十大党史资料展”“喜迎二十大主题书法展”“二十大主题学习空间”等主题宣传活动，让“工匠精神”“廉洁文化”“保护长江”等文明主题随着地铁融入城市、深入人心。

“晨视频”通过红包引流、雷达发券、联名宣发等特色化运营模块与连接方式，强化湖南品牌影响力，显示出头部区域新闻资讯类 APP 辐射效应。

五、举办首届岳麓书会，创新引领全民阅读风尚

为深入贯彻习近平总书记致首届全民阅读大会贺信精神，打造湖南全民阅读品牌，2022 年 11 月 12 日至 12 月底，

中南传媒成功举办首届岳麓书会，引发舆论强烈反响。

主题鲜明。首届岳麓书会以“阅读新时代 奋进新征程”为主题，重点策划“沿着总书记的足迹”阅读分享会、“青年学习 青春向党”等主题活动，将学习宣传党的二十大精神、传承中华优秀传统文化与全民阅读有机结合。

内容丰富。策划媒体见面会、新书分享、名家座谈、文化展览、校园阅读等线下活动 46 场，参与人数超 10 万。各出版社开展线上直播 106 场，携手知名作家、抖音达人推荐好书，累计观看人数 651 万。湖南省新华书店在 14 个市州派发 1000 万元购书券支持广大读者购书，以实际行动提振文化消费。

氛围浓厚。“岳麓书会”话题腾讯、百度、新浪、头条多平台检索数据累计曝光超 4.5 亿次，全网刊发首届岳麓书会相关报道 8000 余篇，总流量超 10 亿次，媒体平台上掀起一股“读书、荐书、谈书”旋风，“多读书、读好书、善读书”在三湘大地蔚然成风。

2022 年中南传媒还举办“全民阅读 逐光同行”—4.23 读书日主题活动、“领读中国”第三届湖南网络阅读节，深度参与“书香郴州·阅读之城”建设，为推动“书香湖南”全民阅读创新创效做出重要贡献。

六、积极响应政府号召，助力湖南文旅产业复苏

为建设世界知名旅游目的地，深化文化和旅游融合发展，湖南省委省政府做出举办全省旅游发展大会重要决策。中南传媒认真贯彻落实省委省政府工作部署，充分发挥自身资源优势，全力支持张家界市举办首届湖南旅游发展大会。

出版方面，策划出版《发现张家界》《新时代旅游高质量发展案例》等图书，为张家界旅游资源树碑立传，为旅游产业提质建言献策。文化设施建设方面，湖南省新华书店在张家界建成乐之书店 1 家（武陵源店）、智慧书屋 5 家、学校共享书屋 20 个、景区自动售书旅游书吧 10 个，在浓郁书香中“以文促旅”。宣传报道方面，全媒介全矩阵联动开展张家界旅发大会主题宣传，旗下媒体累计刊登推送图文、短视频、深度报道、海报等作品 5000 多个，全网总流量 40.123 亿；上刊 1380 个旅发大会地铁灯箱，制作 8 台旅发大会主题全景列车，为首届湖南旅发大会营造浓厚氛围，吸引大批游客参访湖南、打卡张家界。

七、践行生态优先理念，持续擦亮绿色印刷品牌

中南传媒坚持走绿色发展道路，将节能环保、生态优先理念贯穿于生产经营全过程。通过永久补充流动资金、批准技术改造项目等方式支持湖南天闻新华印务有限公司提升生产效能、增强环保能力，进一步巩固绿色印刷、精品印刷品牌建设成果。

多措并举抓环保。在现有一级处理和二级生物处理系统基础上，升级改造天闻印务园区污水处理站，形成全自动处理生产废水系统，处理能力达 300 吨/天，处理效率 95%以上，污水对环境的影响进一步降低。采用环保工艺 VOCs 处理系统，所有废气一律达标排放，在厂界、居民敏感点安装 VOCs 实时监测数据公示牌，并与长沙市环保局联网，主动接受社会监督。生产原辅材料采用十环认证的绿色环保型大豆基油墨和水性上光油等，从源头上对 VOCs 减排进行控制。淘汰厂房旧空调柜机，采用中央空调模块机与螺杆机搭配集中式供冷，减少能耗和氟利昂排放。

绿色印刷显成效。作为国家首批印刷示范企业、全国首批绿色印刷企业，天闻印务致力于为全社会提供绿色环保、安全精美的书刊产品。圆满完成 2022 年秋季中小学教材印制冲刺任务，获评人民教育出版社“2022 年度印刷示范企业”。在产品检验和质量评比中，印制的《求是》荣获第三届湖南出版政府奖印刷复制奖，《本质》等四个品种被评定为 2021 年度湖南省 10 种精良的出版物；荣获 2021 年度湖南省 10 家出版物印刷质量优秀企业；连续 18 年蝉联中国包装印刷企业百强榜。

八、丰富慈善公益形式，彰显国有企业大爱担当

（一）乡村振兴下功夫。2022 年公司继续在湖南安化开

展乡村振兴帮扶工作，为安化打造的“E 堂好课”惠及 154 所教学点、学校，为 270 名教师提供了英语、美术、物理、地理等四科的资源与平台服务，有效解决农村学校课程“开不齐、开不好”问题。组织出版《翩翩是安化》《走进安化》等图书，全面展现安化的人文历史和茶旅文体康融合发展成果。驻安化县苞芷园村帮扶工作队聚焦党建引领、产业发展、项目建设等重点工作，带动村民增收致富，全村各项工作持续向好。

（二）服务“双减”出实招。随着“双减”政策落地，“课后三点半”难题成为学生家长新的焦虑点。为帮助“双减”回归教育初衷，提升学校延时服务质量，公司集中力量打造“智趣新课后”服务平台，为广大中小學生提供免费、丰富、优质的创意课程资源。该平台于 2022 年秋季顺利上线使用，已在全省 9 个市州、80 个县市完成签约，为 5294 所中小学校、384 万学生提供服务。

（三）爱心捐赠扣需求。公司晨基金持续推进“童心连世界”爱心图书室援建项目，落成中小学爱心图书阅览室 7 个。针对农村学校艺体课程缺位、设备缺失、资源缺乏等问题，在双峰、资兴、武冈等地援建爱心音乐教室 5 个、爱心美术教室 4 个、学校体育运动场地 4 个，全年援建项目总捐赠物资价值约 122 万元。全省新华书店和各出版单位广泛开

展捐资助学活动，全年对外捐赠现金、图书、各类教具总计约 1400 万元。

九、维护价值蓝筹形象，保障投资者权益不动摇

作为中国第一支全产业链整体上市的出版传媒龙头股，中南传媒恪守上市公司运行管理规范，切实保护股东利益和投资者权益。2022 年中南传媒股价实现逆势增长，在波动中展现了韧性，在震荡中凸显了价值。

高质信披强信心。与国内外投资机构保持全线沟通，全年参加线上线下交流会 19 次，公司曝光度与影响力持续提升。保持投资者热线 24 小时开通，客观理性回答“E 互动平台”提问，及时回应中小投资者的投资关切。积极参加上交所、中国证券网等单位组织的业绩说明会，通过介绍公司经营情况和发展规划增强与广大投资者的互动互信。深入学习上市公司监管与信息披露规则新变化新要求，全年高质量完成 2021 年年报、2022 年一季报、半年报、三季报以及 51 份临时公告的发布。公司信披工作得到监管部门高度评价，连续 12 年获得上交所最高 A 类信披评级。

稳定回报树标杆。公司坚持以自身发展回馈投资者，如期完成上一年度即 2021 年度权益分派，每 10 股派发现金红利 6.5 元，合计派发现金红利 11.67 亿元，分红比例达到 77.04%。在中国上市公司协会发布的 2021 年 A 股上市公司

现金分红榜中，中南传媒成为“上市公司丰厚回报榜单”和“上市公司真诚回报榜单”双料榜单中唯一的出版传媒企业。受中南传媒的引领，出版传媒同类上市公司陆续效仿跟进，提高分红比例，提升了行业整体的回报水平。2022年，公司荣获天马奖“中国上市公司最佳董事会”与“中国上市公司最佳投资者关系”奖，获评“湖南上市公司综合竞争力社会责任榜单前十”，蓝筹价值形象得到监管与市场进一步肯定。

十、关心公司员工福祉，解决群众急难愁盼问题

（一）**狠抓安全生产工作。**通过年初组织全体员工收看《生命重于泰山》电视专题片，在全公司范围内连续开展安全生产大检查、临时建设清理整顿、消防安全专项检查、安全生产问题年末“回头看”，2022年公司各板块平稳运行，未发生安全生产事故。

（二）**保障员工合法权益。**公司认真贯彻《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，保障工会履职尽责，为员工按时足额缴纳社会养老、医疗、工伤、失业、生育等各项社会保险，定期组织健康体检，完善公司薪酬体系，畅通职业发展通道，员工获得感、归属感进一步提升。

（三）**解决群众实际困难。**坚持开展困难职工家庭帮扶工作，有条件的子分公司帮助职工解决“学位”“车位”问题。

为旗下物业湖南省新闻出版大厦采购新电梯2台，有效缓解上下班乘梯矛盾。为员工采购口罩、酒精等防疫物资及连花清瘟胶囊、抗病毒口服液、布洛芬等药物，帮助员工平稳渡过疫情感染高峰。

十一、履行社会责任存在的不足及改进措施

中南传媒胸怀“国之大者”，自觉承担文化使命，真诚回报社会，赢得各界广泛赞誉。同时，我们清醒认识到公司在精品生产、用户服务等方面还存在缺陷和不足，需采取切实可行的措施加以改进，以便公司更好履行社会责任。

（一）以完善精品出版机制为关键，着力强化优质内容供给

向全社会提供优质内容、满足人民精神需求是国有文化企业的立身之本、职责所在。近年来，中南传媒在主题出版、古籍整理等方面成绩卓著，在大众出版上也不乏佳作问世，但畅销书尤其是现象级图书的数量与公司的行业地位并不相称。公司将健全专家、社长总编辑、青年编辑三层选题策划机制，提高选题质量和实现率。着重打造重大工程、重点项目、重头产品，完善“1频道”服务机制，形成从总编辑到责任编辑同频共振、同向发力的赋能链条。支持专家骨干组建事业部、工作室，适时收购或引进优秀策划公司和团队。坚持系统作战，强化出版、发行、媒体等板块联动，共同为

出精品、树品牌出力。

（二）以塑造阅读服务品牌为目标，有力助推书香社会建设

参与全民阅读、提供阅读服务是出版传媒企业的价值之基、能力所长。2022年，中南传媒成功举办首届岳麓书会及相关阅读活动，在服务全民阅读上迈出新步伐，但活动覆盖人群仍需扩大、资源统筹程度还显不够、长效常态机制有待建立。为全面参与书香社会建设、提升文化惠民水平，公司将努力办好第二届岳麓书会和“湘书书香”等活动，整合力量、扩大声势，打造立足湖南、影响全国的全民阅读品牌。深入实施校园阅读工程，探索教师阅读、亲子共读等新产品。深耕机关阅读、大众阅读，力争建成1万家党建学习书屋。打造更多文化地标和最美书店，擦亮新华书店这块金字招牌。