



2025

# 环境、社会和公司治理(ESG)报告

Environmental, Social and Governance Report

上海新华传媒股份有限公司



# 目录

# CONTENTS



## 开篇

报告编制说明	01	董事长致辞	02	走进新华传媒	03
--------	----	-------	----	--------	----

## 系统化 ESG 建设 迈向可持续未来 01

搭建 ESG 管理体系	07
ESG 重要性议题评估	08
利益相关方沟通	10

## 文化相融 厚植社会价值 03

优质服务, 传递文化价值	24
以人为本, 成就员工价值	34
携手共进, 打造可持续供应链	47
服务社会, 彰显国企担当	49

## 卓越治理 共促稳健发展 05

党建引领, 凝聚治理合力	65
完善治理, 提升决策水平	66
透明披露, 深化投关管理	68
合规为基, 筑牢风控屏障	68
诚信立业, 恪守商业道德	70
数智赋能, 驱动高效运营	73

## 专题: 绿意书香润申城 文脉千面焕新生 02

绿色理念延伸, 从“绿色门店”到“可持续发展生态圈”	12
文化战略引领, 从“图书卖场”到“城市文化客厅”	17

## 生态同行 共筑绿色家园 04

守护环境, 构筑绿色屏障	55
节能增效, 驱动绿色未来	59
精益管理, 资源循环利用	60
应对气候, 守护自然之美	61

## 结篇

关键绩效表	74
指标索引	76
读者反馈	82

# 报告编制说明

本报告是上海新华传媒股份有限公司（以下简称“新华传媒”“本公司”“公司”）发布的第 4 份环境、社会和公司治理类（ESG）报告，旨在将可持续发展理念融入公司治理，并向我们的利益相关方全面呈现本公司在 ESG 方面的实践信息和相关绩效。

## 时间范围

2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

## 报告边界

报告披露上海新华传媒股份有限公司及其下属子公司履行环境、社会和公司治理方面的责任信息，相关典型案例来自公司及其下属子公司。

## 编制依据

联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）

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

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）》

上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》

上海国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系（1.0 版）》

## 数据说明

本报告所引用的数据和案例均来自本公司和附属公司的正式文件和统计报告。如无特别说明，本报告所示金额均以人民币列示。财务数据若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 称谓说明

本公司、公司、新华传媒	指	上海新华传媒股份有限公司
新华连锁	指	上海新华传媒连锁有限公司
解放教育	指	上海解放教育传媒有限公司
房报传媒	指	上海房报传媒经营有限公司
新华置城	指	上海新华置城文化传媒有限公司
申报传媒	指	上海申报传媒经营有限公司
申活馆	指	上海申活馆文化创意有限公司
上海国资委《指标体系》	指	上海国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系（1.0 版）》
交易所《指引》	指	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）》
交易所《指南》	指	上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期	指	2025 年度

## 报告获取

本报告以中文简体编写，并以网络版形式发布。网络版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）查阅下载。

# 董事长致辞



尊敬的各位股东、合作伙伴及社会各界朋友：

时序更替，华章日新。在全球可持续发展浪潮奔涌向前、ESG 理念从“可选项”加速转变为企业高质量发展“必答题”的新时代，我们正式发布新华传媒《2025 年度环境、社会和公司治理 (ESG) 报告》。这份报告，既是对公司过往 ESG 实践的系统复盘与经验沉淀，更是对未来可持续发展的郑重承诺与行动宣言，承载着作为国有文化传媒企业的责任与担当，也凝聚着所有利益相关方的信任与期许。



回望过往，公司稳步推进 ESG 管理体系迭代完善，已连续发布 3 份 ESG 类报告。首份 ESG 报告获评 Wind ESG 评级 AA 级，稳居传媒行业第一梯队，实现评级跨越式提升，充分彰显了公司深耕传媒、服务社会的价值取向和合规经营、勇担责任的发展理念。

展望未来，站在新的发展起点，我们深刻认识到，ESG 建设从来不是阶段性任务，而是贯穿企业发展全程、关乎竞争力提升的核心战略。未来，我们将以更高标准推进 ESG 工作，深化绿色运营实践、拓展文化惠民广度、完善公司治理体系，推动 ESG 与主营业务深度融合，力争实现环境、社会与公司治理效益的协同共赢；我们将继续坚守文化使命，以 ESG 为

引领，打造科技赋能、责任先行、价值共生的文化企业，为建设书香社会、推动文化繁荣、实现可持续发展贡献新华力量。

初心如磐，方得始终；责任在肩，行则将至。再次衷心感谢各位股东、合作伙伴、社会各界朋友及全体员工长期以来的信任、支持与陪伴。未来，新华传媒必将坚守初心、笃行不怠，在高质量发展之路上行稳致远，持续为股东创造更大价值、为读者带来更优体验、为社会贡献更多正能量。

**胡明华**

上海新华传媒股份有限公司党委书记、董事长  
2026 年 3 月

# 走进新华传媒

本报告是上海新华传媒股份有限公司发布的第 4 份环境、社会和公司治理类 (ESG) 报告,旨在将可持续发展理念融入公司治理,并向我们的利益相关方全面呈现本公司在 ESG 方面的实践信息和相关绩效。

## 公司概况

上海新华传媒股份有限公司 (股票代码: 600825) 是横跨图书发行和报刊经营两大领域、国内第一家实现上市的文化传媒企业。2013 年 10 月,新华传媒成为全新组建的上海报业集团旗下主要资本平台。公司已形成图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务板块,旗下图书发行业务主体上海新华传媒连锁有限公司是上海地区唯一使用“新华书店”集体商标的企业,拥有位于上海的所有新华书店、上海书城、江南书局以及特色书店 1925 书局、1927·鲁迅与内山纪念书局,直营网点 46 家,同时拥有上海市幼儿园教材、中小学教材和中专职业学校教材的发行权;公司还拥有《上海学生英文报》的经营权,在沪具有较高知名度和影响力。

### 企业精神

“凝新增华 守正力行”：  
凝聚创新力量增添华彩篇章，守住文化正道奋力拓展前行。

## 业务布局

公司积极践行书香社会建设,围绕“1+3”业务布局转型发展,优化做强实体书店,提升上海全民阅读建设能级,进一步推动实施“书香上海”建设工程。

### 书店业务

建设“5+5+N”旗舰网点,打造新业态系列品牌,推动书店形象升级、业态布局优化,打造文化空间、精神家园。

### 金融投资业务

积极发挥资本平台功能,通过“远近结合”的基金投资、直接投资,稳固经营业绩、保障资本增值、助推战略转型。

### 房产及物业运营业务

加强存量物业集中管理、科学管理、精细管理,提升运营效益。

### 广告活动营销业务

重开新局、再育新机,力争打造富有生机的新渠道、新模式、新品牌。

# 5+5+N

## 年度荣誉

1月

新华连锁获“2024 年度全国优秀馆配商”“2024 年度全国优秀中小学馆配商”“2024 全国优秀教材经销商”称号



江南书局·丝路之光荣膺 2024 “年度书店”称号

3月

新华传媒团委组织拍摄的企业文化宣传片《青春同行，悦读新华》获全市共青团新媒体影响力大赛“2024 年度最佳音视频”奖



4月

新华连锁获“2024-2025 年度媒体影响力新华书店”称号



7月

新华传媒 2025 年 Wind ESG 评级为 AA，位列媒体行业第一梯队



6月

新华连锁“探索新时代青少年对红色文化、优秀传统文化的传承和发展”案例入选上海市维护青少年权益典型案例

新华连锁获“新华书店馆配十强”称号，员工获“新华书店馆配业务年度影响力人物”“新华书店系统年度影响力馆配经理人”称号



5月

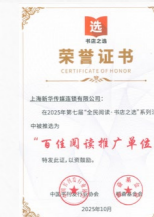
新华连锁获“2024 年高桥镇高质量发展优秀奖”

9月

新华连锁“新华悦读·知新书院”案例在上海市报业传媒行业协会组织开展的践行“四力”新闻作品、媒体融合创新及媒介经营管理优秀案例征集选树活动中入选“2025 年度媒介经营管理优秀案例”

10月

新华连锁被推选为“百家阅读推广单位”



11月

新华书店朱泾店获“卓越运营团队”“格调社区店”奖，周浦万达店获“十佳商超店”，延吉路店获“优秀社区店”，大木桥店获“示范基层店”奖，“家+书屋”闵行七宝店获“优秀运营团队”奖



新华连锁“全国首家残障人士主题书店”案例入选上海城市文明贡献故事

新华连锁“江南书局”案例获“创新经营”案例，“新华悦读”案例获“全民阅读推广”案例

12月

新华连锁获“中小学教材发行工作先进单位奖”“中小学教材财务工作先进单位奖”“中小学教材发行管理先锋奖”



## 年度大事记

- 1月**
- 新华连锁成为中国新华书店协会阅读推广工作委员会理事单位
  - 新华悦读生活节入驻外滩源新年市集，举办50场活动，吸引超300万人次
  - 公司每季度召开平安建设工作会

- 2月**
- 新华连锁召开2025全国馆配属地服务商年度工作会
  - 公司领导班子召开民主生活会

- 3月**
- 公司举办新华公益便民集市及“新华e启爱”线上义卖，善款捐至云南腾冲上海新华希望小学
  - 闵行区教育局及区内10余所中小学校长代表调研新华悦读·知新书院
  - 公司召开2025年度工作会并表彰优秀员工、团队
  - 公司党委召开“深入贯彻中央八项规定精神学习教育”部署启动会

- 4月**
- 新华连锁启动“新华悦读·百城名家”系列文化活动
  - 红色家书特展及“家书家训话清廉”主题特开展展
  - 新华连锁“吾嘉有戏”品牌发布，同步举办戏曲市集

- 新华连锁与辽宁北方出版物配送有限公司联合主办馆藏图书订货会
- 公司召开首次书记接待日座谈会

- 5月**
- 公司召开2024年年度股东大会
  - 新华连锁与上海交通大学医学院附属第九人民医院共建“愈见童书角”

- 6月**
- 公司组织参观宝山区反腐倡廉教育基地
  - 公司党委开展“作风建设永远在路上”红色定向赛
  - 公司审议通过解散清算上海中润解放传媒有限公司
  - 公司举行庆七一大会并宣讲党课，表彰优秀党员、党务工作者及先进党组织
  - 公司召开贯彻中央八项规定精神警示教育会

- 7月**
- 新华连锁为市级机关打造“阅·廉”书架
  - 公司工会召开职代会联席会
  - 公司开展党组织书记培训
  - 公司召开半年度经济工作会
  - 《习近平谈治国理政》（第五卷）上海首发式举办

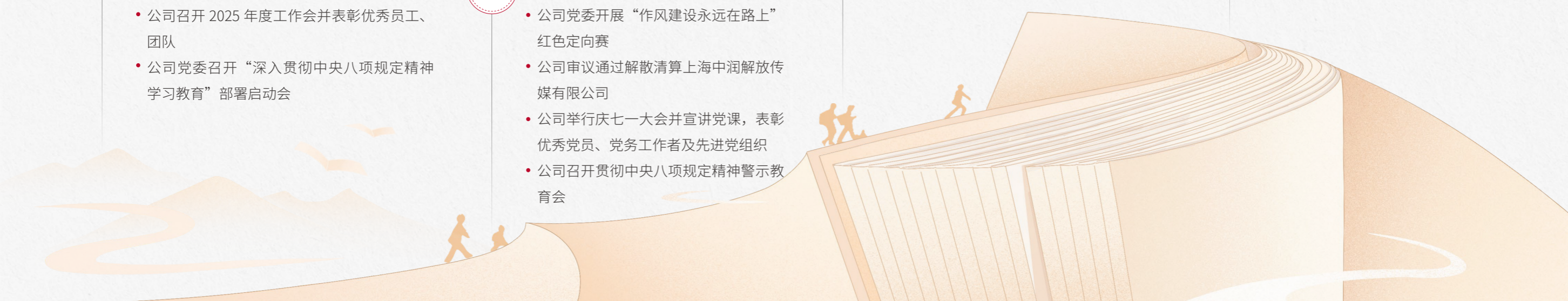
- 8月**
- 公司及下属单位当选新一届中国新华书店协会常务理事单位、理事单位
  - 公司深度参与2025上海书展，“双主场”效应显现
  - “八省一市教材发行与阅读推广大会”举行

- 9月**
- “海上典藏——2025全国秋季馆藏资源交易会”举行

- 10月**
- 公司修订章程，取消监事会
  - 公司聘任顾庆忠为副总裁兼财务负责人

- 11月**
- 公司召开消防演练暨平安建设工作总结会
  - 公司举办2025年职工趣味运动会
  - 新华连锁承办上海“新时代乡村阅读季”主题活动

- 12月**
- 公司完成《深化改革工作方案》及任务清单
  - 公司召开团员大会，选举产生第三届团委





# 系统化 ESG 建设

---

迈向可持续未来

01

# 搭建 ESG 管理体系

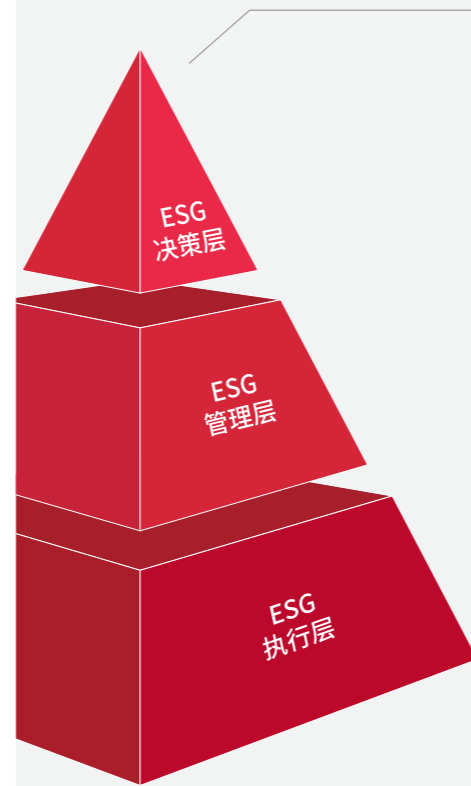
为更好地实现公司可持续发展，新华传媒建立由 ESG 委员会、ESG 领导小组、ESG 执行小组组成的“决策——管理——执行”三级 ESG 管理架构。董事会为公司 ESG 事宜最高责任机构，负责领导和监督公司 ESG 工作，决策公司中长期战略发展规划及 ESG 管理方针，审阅公司年度可持续发展工作计划及执行情况，审批公司 ESG 相关制度文件。

ESG 委员会以定期会议与临时会议相结合的方式，审核公司可持续发展战略、执行计划、目标、进展和信息披露内容等。公司聘请具有可持续发展专业知识的第三方机构更新可持续发展的前沿进展、工作思路、技能及经验，每年度向 ESG 委员会、ESG 领导小组、ESG 执行小组的全体人员进行培训交流等。

## ESG 管理体系工作机制

会议类型	频次
董事会会议	1 次 / 年度
ESG 委员会	1 次 / 半年度
ESG 领导小组会议	1 次 / 季度
临时会议	视重大事件及临时需要

## ESG 三级管理架构



### ESG 委员会 从现任董事中选取组成

- 负责制定公司中长期战略发展规划及 ESG 管理方针，评估和监控实施情况并提出建议；
- 识别、评估重大 ESG 相关风险和机遇，排序实质性议题，研究公司 ESG 治理并提供决策咨询建议，确保其符合公司需要及适用法律和监管规定；
- 审议公司年度环境、社会及治理 (ESG) 报告，确保 ESG 报告及相关信息披露的完整性、准确性。

### ESG 领导小组 由公司党政领导班子组成

- 根据 ESG 委员会的 ESG 决策，制定 ESG 执行方案或 ESG 重点任务，协调各部门资源；
- 对各部门负责的 ESG 指标信息、数据进行整体把关，包括其完整性、准确性、真实性、相关性等；
- 管理 ESG 执行工作，及时反馈 ESG 重点任务执行状态，总结 ESG 工作问题和成果，向委员会反馈并提出建议；
- 组织公司内部专业能力支持及培训；
- 组织与政府、供应商、客户等利益相关方沟通，建立 ESG 信息传递渠道。

### ESG 执行小组 由公司各职能部门负责人和业务板块负责人组成

- 收集汇编 ESG 指标信息、数据；
- 落实 ESG 工作计划，保障 ESG 管理工作的落地执行；
- 推进 ESG 知识宣贯及培训。

# ESG 重要性议题评估

重要性议题是公司开展 ESG 管理的发力点。为充分理解利益相关方的关注重点，更好地在自身可持续发展管理实践中融入利益相关方的诉求与期望，公司贯彻利益相关方参与原则，定期开展重要性议题识别与分析工作。报告期内，公司通过问卷调查的形式广泛征求各利益相关方意见，从“对公司财务的重要性”与“对经济、社会和环境的影响的重要性”两个维度综合形成了本年度双重重要性议题矩阵。

## 重要性议题分析流程

### 了解公司活动和业务关系背景

- 了解公司活动和业务关系
- 了解主要受影响利益相关方
- 了解外部客观环境

### 识别 ESG 议题库

- 以交易所《指引》识别的议题为基础，参考同行企业、评级标准等识别其他潜在的重要性议题
- 识别议题相关影响、风险和机遇，汇总形成公司议题库

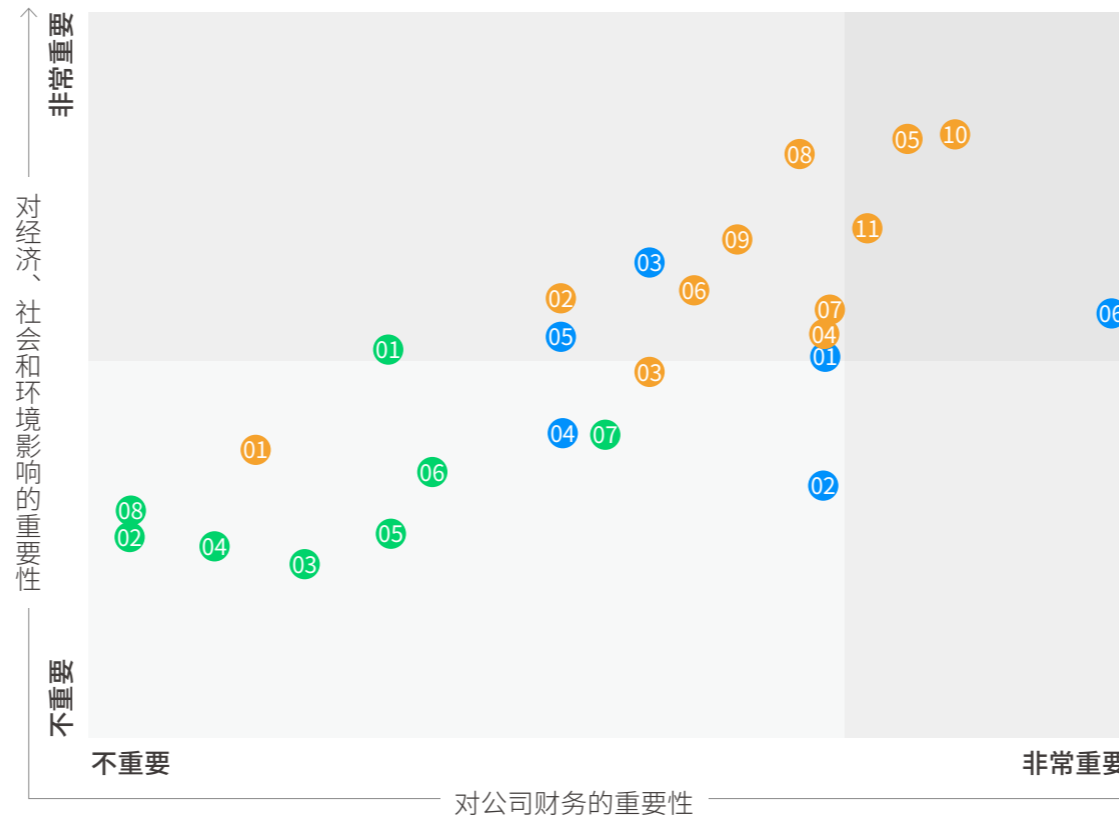
### 议题重要性的评估与排序

- 通过问卷、专家评估等形式识别影响重要性与财务重要性评估结果
- 整合评估结果，形成双重重要性议题矩阵

### 议题重要性确认与报告

- 结合公司领导层意见，确认或调整重要性议题结果
- 依据交易所《指引》要求在年度 ESG 报告中重点披露

## 重要性议题结果



### 治理

- 01 尽职调查
- 02 利益相关方沟通
- 03 反商业贿赂及反贪污
- 04 反不正当竞争
- 05 数据治理
- 06 合规治理\*

### 社会

- 01 乡村振兴
- 02 社会贡献
- 03 创新驱动
- 04 供应链安全
- 05 员工权益保障\*
- 06 员工健康安全
- 07 员工培训发展
- 08 服务国家与上海市战略
- 09 应对公共危机
- 10 产品和服务安全与质量\*
- 11 数据安全与客户隐私保护\*

### 环境

- 01 应对气候变化
- 02 污染物排放
- 03 废弃物处理
- 04 环境合规管理
- 05 能源利用
- 06 水资源利用
- 07 循环经济
- 08 生态系统和生物多样性保护

注：星标 (\*) 议题为双重重要性议题

公司评估各项可持续发展相关议题在短期 (0-1[含]年)、中期 (1-3[含]年) 及长期 (3年以上) 对经济、社会、环境的重大影响，以及对公司日常经营和商业决策带来的风险和机遇，并分析应对情况、制定相应的行动计划，防范可能产生的重大负面影响或风险，把握相关机遇。

本年度为新华传媒首次依据交易所《指引》并采用双重重要性分析方式进行议题识别，议题名称和结构较上一年度主要调整如下：

	2024 年重要性议题	2025 年重要性议题	变化情况及原因
 环境	应对气候变化	应对气候变化	/
	能源管理	能源利用	更名，与交易所《指引》一致
	资源管理	水资源利用	更名，与交易所《指引》一致
		循环经济	更名，与交易所《指引》一致
	资源管理	废弃物处理	更名，与交易所《指引》一致
		污染物排放	更名，与交易所《指引》一致
	生态系统和生物多样性	生态系统和生物多样性保护	更名，与交易所《指引》一致
	环境管理	环境合规管理	更名，与交易所《指引》一致
 社会	/	创新驱动	新增，交易所《指引》议题
	产品和服务	产品和服务安全与质量	更名，与交易所《指引》一致
	信息安全	数据安全与客户隐私保护	更名，与交易所《指引》一致
	供应链管理	供应链安全	更名，与交易所《指引》一致
	员工	员工权益保障	
	/	员工健康安全	拆分
	/	员工培训发展	
	社区责任	社会贡献	更名，与交易所《指引》一致
	公共服务	乡村振兴	更名，与交易所《指引》一致
	服务国家与上海市战略	服务国家与上海市战略	/
 治理	应对公共危机	应对公共危机	/
	ESG 治理	尽职调查	更名，与交易所《指引》一致
	合规运营	合规治理	更名
	反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污	/
	反垄断与公平竞争	反不正当竞争	更名，与交易所《指引》一致
	数据治理	数据治理	/
	/	利益相关方沟通	新增，交易所《指引》议题
	党建引领	/	移除

# 利益相关方沟通

新华传媒高度重视与利益相关方的沟通，积极通过各种交流渠道了解利益相关方对公司可持续发展工作的关注点，形成常态化沟通机制，并持续改进，提升管理绩效。

利益相关方	政府及监管机构	股东及投资者	员工	读者	学校	媒体及非政府组织	供应商	社区与公众
关注与期望	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合规运营</li> <li>• 公益事业</li> <li>• 文化繁荣</li> <li>• 支持教育</li> <li>• 带动就业</li> <li>• 服务质量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合规经营</li> <li>• 业绩表现</li> <li>• 业务发展</li> <li>• 风险管控</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 权益保护</li> <li>• 个人发展</li> <li>• 能力提升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 产品价值</li> <li>• 优质的服务</li> <li>• 负责的营销</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 教材教辅质量</li> <li>• 教材稳定供应</li> <li>• 优质服务体验</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信息公开透明</li> <li>• 文化及环保宣传</li> <li>• 推动行业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 绿色采购</li> <li>• 诚信经营</li> <li>• 知识产权保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社区服务</li> <li>• 公益活动</li> </ul>
沟通渠道	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信息披露</li> <li>• 公文往来</li> <li>• 监督考察</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 股东大会</li> <li>• 投资者业绩发布会</li> <li>• 路演 / 反向路演</li> <li>• 公司网站及公告</li> <li>• 投资者见面会</li> <li>• 券商策略会</li> <li>• 企业参观</li> <li>• 投资者关系热线</li> <li>• 上证 e 互动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 线上交流机制</li> <li>• 职工代表大会</li> <li>• 员工培训</li> <li>• 员工活动</li> <li>• 员工满意度调查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 官网、公众号等媒体</li> <li>• 客服热线</li> <li>• 线下门店</li> <li>• 读者活动交流</li> <li>• 读者满意度调查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 实地调研、走访</li> <li>• 教学研讨会</li> <li>• 开展研学活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 媒体开放日</li> <li>• 采访及专题报道</li> <li>• 社交媒体</li> <li>• 图书发行及宣传活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 审查与评估</li> <li>• 行业交流</li> <li>• 定期交流沟通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开展文化、环保等公益活动</li> <li>• 志愿者服务</li> </ul>



专题

## 绿意书香润申城 文脉千面焕新生

新华传媒秉持绿色发展与文化传承双轮驱动的理念，将绿色低碳理念深度融入文化运营全流程，同时推动文化空间转型升级与文化服务创新。公司通过构建可持续发展生态圈践行环保责任，以文化战略引领实现从传统卖场到城市文化客厅的蜕变，让绿意与书香交织共生，为城市注入可持续的文化活力。

# 02

# 绿色理念延伸， 从“绿色门店”到“可持续发展生态圈”

在稳步推进绿色门店建设、构建全链条低碳运营模式的基础上，新华传媒进一步深化绿色发展战略，推动绿色理念从门店运营向社会层面延伸，致力于打造绿色门店—行业协同—公众参与的可持续发展生态圈。公司不仅通过精细化运营实现自身低碳转型，更依托门店平台开展多元化绿色教育倡导活动，以文化赋能环保，推动绿色理念深入人心，实现企业发展与生态保护、社会共治的深度融合。

河南書局

## 门店绿色运营，构建全链条低碳模式

为践行绿色发展理念，推动企业可持续运营，新华传媒聚焦门店全链条运营环节，从节水、节电、资源循环利用等基础环节入手，同步通过商业端与消费端的双向倡导，将绿色理念融入运营管理、合作赋能及公众互动的各个层面，构建系统化、标准化的绿色运营管理模式，全方位落实绿色举措，助力实现企业与环境的协同发展。

### 节水措施



#### 制度与意识建设

将水资源可持续管理融入企业运营，通过制度化宣导、建立员工行为规范，提升全员节水意识，明确要求员工随手关闭水龙头，避免长流水，推动节水理念转化为自觉行动。



#### 设施维护

加强用水设施日常维护与常态化巡检，及时排查修复漏水点，杜绝跑冒滴漏现象；合理调整生活水变频控制器压力、控制集水井浮球高度，提升用水效率。



#### 循环利用

建设雨水收集系统，用于冲厕、拖地、绿化浇灌等非饮用场景，提高水资源重复利用率，减少新鲜水取用量。

## 节电措施

- **照明系统升级：**办公、生产区域及门店优先采用 LED 节能照明，扩大高效能灯具覆盖率，后续新增或更换设备仍优先采购高效能产品。报告期内，新华连锁园区内的办公及生产区域已实现 LED 节能照明全面覆盖，各门店累计使用灯具 25,721 个，其中 LED 设备达 19,967 个，覆盖率 77%。
- **行为规范强化：**严格执行“人走灯灭、人离电断”原则，减少待机能耗与无效用电。
- **空调设备优化：**控制公共区域空调温度（夏季不低于 26°C、冬季不高于 20°C），使用时避免开窗，无人时关闭；逐步提升高效空调占比，结合设备更新替换老旧低效机型。
- **供电与电梯管理：**建立供电设施运行、维护及应急制度，每日检查配电设备及运行参数，控制电压偏差与损耗率；电梯非客流高峰采用变频模式，非营业时间停运以节约能源。
- **绿色设备投用：**新华连锁物流环节投用 24 台电动叉车，减少场内排放与能源消耗，践行低碳运营。

## 循环利用

- **生产及物流环节：**对打包牛皮纸、包装纸箱等可再生包装材料统一回收、分类整理，优先内部重复使用，减少一次性包装消耗与废弃物产生；推行周转箱循环利用的绿色物流模式，覆盖配送中心至终端门店全链条，降低包装废弃物。报告期内，新华连锁回收牛皮纸 1,596 千克，回收纸箱 1,721 千克，循环使用物流周转箱 15,877 只。
- **日常办公环节：**全面推行双面打印、电子化办公与纸张再利用机制，单面废纸用于草稿或便签，设置统一回收箱收集废纸并交由专业机构处理；对外装打包纸多次循环利用，构建绿色运营体系。

## 商业倡导

- **商铺招商租赁：**开展绿色租户筛选，将能耗水平、绿色认证、碳披露纳入租赁合同加分项，优先引进获 LEED、ISO 14064 认证的品牌，激励租户使用节能设备。
- **合作方管理：**供应商采购需符合绿色标准，物流等合作方需通过碳排放核查，新业务拓展前核查是否符合 ESG 标准。
- **业务实践与规划：**上海书城活动优先选择环保供应商和低碳活动形式；未来计划在投资与运营中系统评估 ESG 风险，提升整体可持续表现。

## 消费倡导

- **餐具使用：**使用可降解一次性餐具，且不主动发放。
- **环保激励：**每周五开展店铺自带杯减 5 元活动，强化消费者环保理念。



上海书城 2025 地球一小时活动倡议

## 绿色教育倡导，塑造绿色生活新风尚

为推动环保理念深入人心，公司相关门店围绕绿色生活主题，于2025年陆续策划开展了一系列内容丰富、形式多样的文化活动。上海书城等多家门店分别推出亲子读书故事会与手绘星球灯活动、地球一小时主题活动以及环保主题互动，鼓励读者动手实践、变废为宝，关注生物多样性，引领读者在书香中践行环保。系列活动以文化为媒，持续传递绿色能量，营造了全民参与环保的良好氛围，让绿色理念在体验中落地生根。

### 报告期内

上海书城福州路店以“书香+环保”为核心，联合多方累计开展活动覆盖超**10,000**人次。

2025年3月的环保主题启动仪式（含环保签约、气象讲座等，线上线下**8,000**余人次参与，启动“书香福州路”环保计划）；

4-6月的**4**场“植期而遇”“阅读+种植”活动（覆盖**300**余人及**50**余户家庭，产出植物生长手账）；

7-8月的黄浦区中小學生自然笔记优秀作品展（接待**1,700**余人次）及8月的《我的城市邻居》纪录片联动传播，多维度推进环保实践。

## 书籍循环，以知识流转践行绿色理念

书籍循环是新华传媒绿色倡导的关键实践，通过旧书置换、全生长周期阅读计划等创新形式，门店激活闲置文化资源的二次价值。书籍循环类活动在推动知识跨群体流动的同时，传递“物尽其用”的可持续理念，减少资源浪费，以低门槛、广覆盖的特点，让绿色发展理念在文化场景中自然渗透，助力构建资源循环的社会生态。

### 案例 “书香福州路”营造计划暨“植期而遇”全生长周期阅读计划

2025年3月，上海书城福州路店作为主办场地，正式启动南京东路街道“书香福州路”营造计划暨“植期而遇”全生长周期阅读计划。此次活动以“书香守护地球‘碳’索绿色未来”为核心主题，融合书籍循环与自然教育。上海书城福州路店依托文化地标优势，打造“阅读生命周期”实践样本，通过书籍流转、沉浸式自然教育，将阅读与环保结合，创新市民文化参与形式，为城市文化空间注入绿色活力，彰显书香文化传播与环保践行的引领作用。



上海书城福州路店“书香守护地球‘碳’索绿色未来”活动

### 案例 “5本旧书换1本新绘本”公益图书循环计划

2025年3月，上海书城五角场店在杨浦区妇联等单位支持下，参与地球一小时活动，依托“家+书屋”开启“5本旧书换1本新绘本”公益图书循环计划，联动多家书屋覆盖百余组亲子家庭，完成近百次图书兑换。活动以书籍循环推动绿色家风培育，实现知识流动与环保教育融合；书城还与五角场商圈同步熄灯，传递节能理念，提升家庭低碳生活认知与参与度。



上海书城五角场店“熄灯不熄爱·家+享未来”地球一小时活动

## 创意手工，以指尖实践传递环保智慧

新华传媒以创意手工为载体，将环保理念转化为可参与的消费场景体验。通过手绘星球灯、咖啡渣香皂 DIY 等特色活动，门店深挖日常资源再生价值，让消费者在趣味创作中直观感受绿色生活的可行性。这类活动既丰富了门店文化服务内涵，又传递资源循环理念，使绿色门店成为连接环保认知与生活实践的互动平台，强化了消费者对品牌绿色运营的认同感。

### 案例 “绿色阅读 点亮环保之光” 亲子读书故事会 + 手绘星球灯活动

2025 年 3 月，上海书城九六广场店联动 16 组亲子家庭走进南码头路街道图书馆，开展“绿色阅读 点亮环保之光”主题活动，融合环保绘本导读与手绘星球灯创作，呼应地球一小时倡议。活动以寓教于乐方式引导亲子树立资源保护意识，覆盖 40 余人次，既提升了亲子环保认知与动手能力，也推广了绿色生活方式，为社区环保公益注入新活力。



上海书城九六广场店“绿色阅读 点亮环保之光”活动

### 案例 “咖啡渣香皂 DIY” 亲子活动

2025 年 7 月，上海书城福州路店以“变废为宝”为理念，举办“咖啡渣香皂 DIY”亲子活动，将咖啡渣与皂基结合实现边角料再利用。亲子携手沉浸式完成香皂制作，把日常垃圾转化为天然好物，既让孩子感受环保智慧，增进亲子情感，也让环保理念在实践中深入人心，为城市环保生活注入趣味文化活力。



上海书城福州路店“咖啡渣香皂 DIY”活动



## 自然教育，以科普浸润培育生态情怀

新华传媒以自然教育为延伸，构建起“阅读+科普”的绿色传播场景。通过野生动物主题活动、生态探索体验等形式，门店将自然知识与环保理念融入消费场景，引导消费者尤其是青少年建立生态保护认知。这类活动不仅丰富了科普传播形式，更以文化浸润的方式推动生态理念落地，使门店成为传播绿色价值观、培育社会生态共识的重要阵地，为凝聚社会生态共识奠定基础。

### 案例 “从书页到丛林：探秘神奇野生动物” 主题活动

2025年8月上海书展期间，新华连锁与上海野生动物园强强联手，共同呈现“从书页到丛林：探秘神奇野生动物”快闪主题活动。本次活动巧妙融合阅读与自然科普，为市民读者打造了一个充满奇趣的探索空间。现场不仅设有“动物萌宝成长记”“亚洲象与非洲象的大不同”等生动讲座，还精心策划了野生动物主题绘本展，向小读者们推荐《朱鹮的传说》《大熊猫》《朱鹮回故乡》等优秀读物，引领孩子们从书本知识走向对自然生命的深切感知与热爱。



上海书城福州路店开展“从书页到丛林：探秘神奇野生动物”主题活动

### 案例 生物多样性亲子探索之旅

2025年10月，28组亲子家庭齐聚新华书店朱泾店，开展融合人文与生态的探索活动。活动以“你问我答”游戏化形式，引导亲子轻松了解城市生态，理解生物多样性，模拟生态链感受万物关联，聚焦乡土物种保护，既增进亲子情感，也为孩子们播下尊重自然、热爱家乡的绿色种子。



新华书店朱泾店开启体验人文与自然生态的亲子探索之旅

# 文化战略引领，从“图书卖场”到“城市文化客厅”

新华传媒以清晰的文化战略为引领，持续推进全民阅读服务创新，通过多元活动、空间拓展与跨界合作，积极构建覆盖全市、深入社区的文化服务网络，全面助力书香社会建设。公司深度参与 2025 上海书展暨“书香中国”上海周，通过“文商旅体展”深度融合，打造具有影响力的文化体验场景，同时以文化传承与社区共生为抓手，夯实文化运营的核心根基，让文化空间不仅承载图书销售功能，更成为市民共享文化、交流思想的重要平台，助力城市文化生态建设。

## “双主场”创新协同，打造现象级文化体验

2025 上海书展创新采用上海展览中心与上海书城“双主场”模式，新华传媒深度参与、文化赋能，以优质的文化服务力、深厚的品牌影响力，为打造“书香上海”助力。本届书展主会场总面积约 4.2 万平方米，其中新华传媒服务面积超 2 万平方米（展览中心 8,000 余平方米、上海书城 1.2 万平方米），覆盖展览中心中央大厅主宾省（湖南）馆、东一馆“全国图书荟萃”、少儿馆“童书嘉年华”三大区域，服务 150 余家出版单位。书展期间，新华传媒双主场共举办各类文化活动 180 余场，其中上海展览中心 129 场、上海书城 59 场。展览中心实现销售 1,268 万元、上海书城实现销售 136 万元，深度融合“文商旅体展”元素，构建“双主场”协同，打造创新性足、体验感好、氛围感强的文化盛宴。未来，新华传媒将努力推动上海书展从年度盛会向常态化文化平台转型，持续打造“品类广博、新书鲜享、活动纷呈”的“垂直版”阅读场景，深度融合文商旅体元素，充分发挥城市文化地标作用，将上海书城打造成 365 天永不落幕的书展，为城市文化生活注入持久活力。

## 以文促商，激发文化消费新活力

本届书展首次在上海展览中心喷水池广场、东花园及西花园推出户外“阅界夜市”，融合休闲氛围与书香基因，打造全新文化消费场景。新华传媒联合上汽大通打造定制版“书展蓝”“书香上海流动书房”，携“余华文学小卖部”“海上书房”两大特色 IP 主题亮相，展出珍贵手稿与特色文创，成为现场唯一可直接体验书籍相关内容的专属区域，生动诠释“以文促商”融合理念。6 天（每天营业 4 小时）累计销售码洋 2.9 万元，有效带动书展夜市经济活力，成为书展期间夜间文化消费的核心焦点与热门打卡地。

展览中心举办的“开着坦克来阅读——《口袋里的超级坦克》作者读书分享会”“《桃花源没事儿》——马伯庸见微系列图书分享会”等知名作家的分享会场场爆满。《金字塔在中国：古埃及文明大展炼成记》与古埃及大展联动赠票，销售近 3,000 册。



书香上海流动书房——“余华文学小卖部”“海上书房”

## 以文塑旅，拓展文化消费新场景

新华传媒联合上海市旅游协会推出 3 条非遗主题旅游线路与“书展一日游”经典路线，实现“阅读、观展、手工、消费”一站式综合体验；2 楼西冷印社化身《盗墓笔记》“稻米”专属区域，凭借 IP 周边展销与主题布置吸引大量书迷；5 楼《探秘·兵马俑》VR 体验展以科技还原历史场景，成为科技与文化融合代表项目；6 楼“拾光共聚场”传统文化体验空间获 10 余家主流媒体报道；山西古建壁画主题展（非遗文化首登上海）观展超 1,500 人次；“李雷与韩梅梅”系列、“「火花」致敬作家系列许愿火柴”《小马宝莉》《口袋里的超级坦克》卡牌等成为热门单品，文创销售额 43 万元，同比增长约 330%；7 楼联动阅文集团举办阅文十周年“让好故事生生不息”IP 主题展，并开展“卷毛狒狒研究会”线下活动及三位白金大神作家读者见面会，日均观展近 500 人，通过打造沉浸式 IP 空间，深入探索“阅读+周边+互动体验+社交”多元文化消费场景，让 Z 世代读者感受阅读魅力。



《盗墓笔记》  
“稻米区”



《探秘·兵马俑》VR 体验展



“拾光共聚场”非遗体验活动



阅文集团  
“让好故事  
生生不息”  
IP 主题展

此外，上海书城大师书房“向大师致敬”七天七讲及图文展系列活动，以朱东润、王遽常、徐森玉、熊佛西、陈从周、胡焕庸、冯契等七位大师的生平成就为主线，与上海人民广播电台长三角之声合作举办讲座，传承大师的文化遗产，传播优质的文化内容。该活动全程在阿基米德平台直播，直播观看及在线收听传播量近 300 万，互动量超 3.5 万；携手多家艺术团推出“一腔一调皆有书”悦读分享会，实现文化传承与文旅融合双向赋能。



“向大师致敬”七天七讲活动



“一腔一调皆有书”悦读分享会

## 文化传承与社区共生，夯实文化运营根基

新华传媒立足文化企业社会责任，以文化传承与社区共生为核心抓手，夯实文化运营根基。公司通过拓展多元特色文化空间织密全民共享的文化服务网络，依托品牌活动构建多层次文化传播生态，并聚焦传统与现代文化融合创新推动文化传承发展，将文化服务深度融入社区生活，实现文化价值与社会价值的协同提升。

### 特色空间拓展，构建全民共享的文化服务网络

新华传媒以“15分钟阅读圈”建设为核心，持续拓展多元特色文化空间，实现公共阅读服务与市民生活深度融合。通过打造“家+书屋”亲子阅读空间、新华书店·城市书房、卫生健康系统专属职工书房、红色流动书房等多元载体，覆盖社区、商圈、交通枢纽、酒店等多个场景，满足全年龄段、多群体的阅读需求。公司结合不同场景定位提供精准服务，亲子空间聚焦家庭共育与儿童发展，职工书房侧重身心休憩与自我提升，演艺类书房深耕艺术文化传播，红色流动书房传播红色文化，形成“全场景、精细化”的文化服务矩阵，让文化服务触手可及，构建社区共生的文化服务网络。

#### 截至报告期末

作为上海市妇联创新打造的社区家庭教育服务重要载体，“家+书屋”亲子阅读空间已在公司旗下**19**家门店挂牌，2025年全年举办亲子阅读、家庭教育及心理健康类活动**340**余场，打造家庭友好型文化空间；

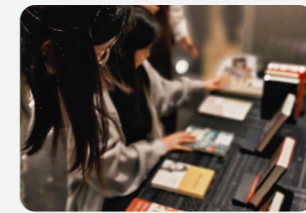
新华书店·城市书房持续服务徐汇区图书馆“灯塔书房”项目，新增**5**个网点，总数达**22**个，藏书**17,070**余册，覆盖文学、社科、少儿等多类题材，推动公共阅读服务融入市民生活；

由新华书店·城市书房与“海上名医”联合共建的“黄金屋—黄浦区卫健委医务工会书房”作为首家卫生健康系统职工书房，提供精准图书借阅服务，获广泛好评；

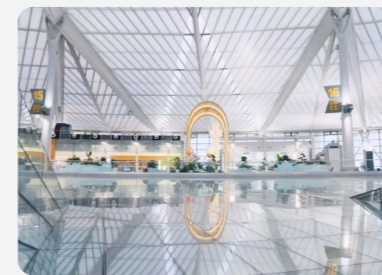
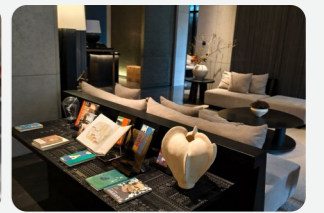
“书香上海红色流动书房”创新移动文化空间累计开展**340**余场全民阅读活动，覆盖上海市**39**个点位，构建起集“阅读+休憩+社交”于一体的多元文化场域。



上海文化广场新华书店·城市书房联动剧院资源，构筑专属于舞台艺术的特色书域



新华书店·城市书房创新业务模式，携手亚朵酒店开拓“酒店+阅读”新场景，为其旗下覆盖全国的1,800余家“竹居书房”提供全方位的图书解决方案



新华书店·城市书房积极为徐汇区图书馆“灯塔书房”项目提供服务

### 案例 “家 + 书屋” 项目持续助力亲子教育

新华传媒通过积极参与上海市妇联“家 + 书屋”项目，以上海书城福州路店为起点，将关爱举措延伸覆盖至全市 16 个区，全面助力女性职业发展与身心健康。2025 年 8 月，由七宝镇政府和闵行区妇联牵头打造，由新华连锁运营服务的“家 + 书屋”闵行七宝店正式开业。该店围绕亲子共育、女性成长与儿童发展等多元需求，以全龄段、全场景的设计理念提供综合性服务，开创了“阅读 + 教育 + 休闲”一体化社区服务新模式。同时配套“月光成长计划”会员体系和“教育合作计划”，为构建社会协同育人新生态提供了可复制、可推广的“新华经验”。



“家 + 书屋” 闵行七宝店

### 案例 全市卫生健康系统首家职工书房“黄金屋—黄浦区卫健委医务工会书房”亮相

2025 年 7 月 21 日，由新华书店·城市书房与“海上名医”联合共建的“黄金屋—黄浦区卫健委医务工会书房”在黄浦区重庆南路 100 号 803 室正式启用。作为上海市卫生健康系统首家职工书房，该项目依托新华书店·城市书房成熟的运营模式，旨在为黄浦区医务工作者打造一个集阅读、休憩与自我提升于一体的温馨空间。书房藏书丰富，环境宁静舒适，致力于将健康文化与全民阅读深度融合，为日常繁忙的医务人员提供一处便捷的“充电站”和舒缓压力的精神港湾。继成功将“城市书房”模式引入社区健康服务机构后，新华书店·城市书房此次创新性地将“全民阅读”服务延伸至专业职场，精准聚焦医务工作者群体，体现了对卫生健康事业从业者身心关怀的切实支持。



黄金屋—黄浦区卫健委医务工会书房

### 案例 “书香上海红色流动书房” 创新移动文化空间

“书香上海红色流动书房”项目创新融合“红色文化+房车”移动传播模式，结合扫码借阅、集章打卡等线上线下联动服务，显著提升文化服务的触达效率。截至报告期末，已带动“上海书城 APP”新增会员 6 万人，相关社交媒体话题浏览量达 21 万人次，并获得央视等权威媒体关注报道，逐步形成具有广泛影响力的城市级文化 IP，为上海推进全民阅读与红色文化传播提供了可复制、可推广的创新样本。



书香上海红色流动书房

## 品牌活动赋能，打造多层次文化传播生态

依托“新华悦读”核心品牌，新华传媒构建涵盖主题讲座、读书分享、文化市集等多元形式的活动体系，全方位激活文化传播活力。“新华悦读·百城名家”系列联动全国优质作家与机构资源，联动 500 余家图书馆，构建“出版—作家—图书馆—读者”文化生态，搭建知识分享平台；“新华悦读生活节”“上海书城快闪周”等活动创新融合传统民俗、高雅艺术与阅读体验，打造全民参与的文化盛宴；临港科技智慧图书馆“名家讲坛”与读书会常态化开展，深化知识传播与思想交流；新华悦读·知新书院持续拓展校内外市场，已举办及计划开展文化讲座、参观交流、读书分享与会展服务等活动 38 场，服务多所学校及教育单位，强化了“文化+体验”模式吸引力。

### 案例 “画蛇添福”新华悦读生活节

2025 年 1-2 月，新华连锁“画蛇添福”新华悦读生活节·新春季亮相外滩源新年集市，创新户外市集沉浸式文化体验。活动围绕蛇年新春，呈现三大亮点：一是创新表达传统文化，融合年俗与现代元素，设置特色展区，提供非遗表演、文创选购等互动体验；二是推动阅读与生活多元融合，新春书市汇集全国出版社精品图书，涵盖八大品类，并设户外电影院展映《大闹天宫》等经典动画；三是引入高雅艺术，成功举办上海评弹团“摩登江南”评弹雅集、上海大剧院新春重奏音乐会等多场活动，实现艺术与大众生活的无缝对接。此次生活节为期 24 天吸引超 300 万人次参与，举办 50 场活动，创下该文化市集参与新纪录。



“画蛇添福”新华悦读生活节·新春季亮相 2025 外滩源新年集市



### 案例 茅盾文学奖获得者乔叶在西安工业大学举办“文学里的故乡”主题报告会

2025 年 6 月，“新华悦读·百城名家”走进西安工业大学，联合举办“文学里的故乡”主题报告会，特邀第十一届茅盾文学奖得主乔叶分享创作心得，近 200 名师生参与。互动中，乔叶结合“跑村”“泡村”采风经历，寄语学子写作要“向下扎根，向上生长”，鼓励其深耕阅读、勤于练笔，并围绕创作话题深入交流。活动搭建多方文化桥梁，传承新华书店使命，为公共文化注入新活力。



茅盾文学奖获得者乔叶“文学里的故乡”主题报告会



## 主题文化传承，推动传统与现代文化深度融合

新华传媒以文化传承为核心，聚焦传统戏曲、红色文化、海派文化等核心议题，创新文化传播形式。通过“吾嘉有戏”系列活动推动戏曲艺术进书店，报告期内举办戏曲讲演 20 场，以年轻化、互动化表达激活传统艺术生命力；“红色经典阅读沙龙”“红色悦读”系列等活动深耕红色基因传承，引导公众从革命历史中汲取精神力量；“上海·故事”读书会聚焦海派文化，推动地域文化与现代生活接轨。同时，将 AI 技术、地域文化等主题融入少儿阅读活动，实现传统文化传承与现代创新的有机结合，助力文化基因代代相传。

### 案例 “湖畔光阴” 名师名课传承红色基因

2025 年 6 月，“新华悦读·百城名家”之“湖畔光阴”名师名课第四期走进鲁北职业技术学院，特邀作家、红色文化研究专家丁一鹤作《王尽美与渤海革命老区的故事》专题授课，学院党委书记主持，全体教职工参与。丁一鹤结合鲜活事例讲述王尽美革命历程，阐释老渤海精神核心内涵。新华连锁以此为契机深化党史学习教育，赓续红色血脉，引导教职工坚定信念、勇毅前行，助力强国建设与民族复兴。



丁一鹤作《王尽美与渤海革命老区的故事》专题授课



### 案例 “吾嘉有戏” 以创新形式演绎传统戏曲艺术

2025 年 4 月 23 日世界读书日，新华连锁策划的“吾嘉有戏”系列活动在江南书局·嚮城之瞳启幕，联合上海京剧院、越剧院、沪剧院、评弹团等专业院团，以年轻化、互动化形式演绎传统戏曲。系列戏曲讲演、美育课堂等活动累计举办 20 场，融合戏曲与阅读，满足各年龄层审美需求，拓展青年读者群体，为“演艺+阅读”赋能，激活文化消费新活力，开辟传统戏曲当代传承新路径。



“吾嘉有戏”系列活动

### 案例 “儿童优化阅读品牌” 推动少儿阅读向兴趣化转型

2025 年徐汇区儿童友好暑期阅读季中，新华连锁依托“儿童优化阅读品牌”，打造“科技创作+绿色共读”双轨模式。“智汇童心 AI 魔法师”创作营融合 AI、地域文化与亲子阅读，依托零基础视频课与徐汇地标素材包，引导亲子家庭开展童书封面 AI 创作，征集 67 组作品，覆盖 15 个儿童友好阅读空间，系列内容曝光超 3 万次；“汇童心·亲子共读星链计划”线上阅读 PK 吸引 964 组家庭参与，累计阅读时长近 12 万分钟、阅读电子书约 6,000 册。全年还举办 54 余场亲子活动，涵盖手工、科普与心理成长板块，助力亲子互动与儿童阅读转型。



积极服务 2025 年徐汇区儿童友好暑期阅读季



# 文化相融 厚植社会价值

## 理念

新华传媒以文化为核心，结合社会关切与企业责任，传递文化价值、促进员工成长，推动行业进步与社区发展，展现国企担当，与社会各界携手构建多元可持续价值体系。

## 我们的行动

- ➔ 优质服务，传递文化价值
- ➔ 以人为本，成就员工价值
- ➔ 携手共进，打造可持续价值链
- ➔ 服务社会，彰显国企担当

## SDGs 对标



# 03

# 优质服务，传递文化价值

## 产品和服务安全质量

新华传媒坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，切实履行传播社会主义精神文明和科学文化的职责使命，在依法合规经营和规范化管理的基础上，持续强化产品与服务安全和质量管理。公司及下属子公司结合各自业务特点，不断优化产品供给和服务流程，提升内容品质与服务可靠性，持续改善客户和消费者体验，稳步增强品牌影响力和社会认可度。

### 治理

新华传媒始终将公众权益置于核心地位，制定了《上海新华传媒股份有限公司信访工作条例》，进一步明确信访工作流程，确保及时高效解决信访诉求。下属子公司新华连锁质量管理采用最高管理层 / 体系专员主管、综合管理部及业务部、编目加工部、信息处理部等相关部门协同的架构，明确各部门在管理体系建立、资源保障、运行控制、监测评价及改进等环节的主管与相关职责，保障图书批发、售后服务等业务的质量合规。新华连锁获得质量管理体系认证与五星级商品售后服务评级。



新华连锁获得 ISO 9001  
质量管理体系认证



GB/T27922-2011 商品售后  
服务评价体系 (五星级)



## 战略

围绕产品和服务安全与质量，新华传媒在坚守正确舆论导向和依法合规经营的基础上，系统识别并审慎应对服务管理等方面的潜在风险，同时积极把握数字出版和媒体融合带来的结构性机遇，通过完善全流程质量管控、强化合规治理与持续创新产品与服务形态，不断提升文化供给质量、客户满意度与品牌公信力，夯实企业高质量、可持续发展的基础。

### 产品和服务安全质量相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	影响价值链环节	影响的时间范围	应对措施
 客户投诉风险	若产品品质或服务不到位且投诉处理不及时，将导致客户不满和品牌信任度下降。	自身运营、供应链下游	 短期、中期、长期	提供良好的售后服务，及时受理并妥善处理客户投诉和建议，完善投诉反馈和回访机制，提升用户满意度。
 数字出版机遇	5G、人工智能和数字化转型为电子书、有声书等数字出版模式和多媒体融合创新提供发展空间。	自身运营、供应链上游	 中期、长期	加大数字内容平台及技术投入，开发多元数字产品，推进线上线下融合发展，提升数字内容供给能力。
 媒体融合机遇	传统出版与新媒体融合加速，短视频、直播等新形式为内容传播与营销提供新渠道和新模式。	自身运营、供应链下游	 中期、长期	构建全媒体传播矩阵，创新宣传方式，发挥新华系渠道优势，通过多渠道推广提升传播力。
 服务与口碑机遇	优质客户服务和高效投诉处理能够提升用户满意度和社会口碑，增强企业公共文化服务形象。	自身运营、供应链下游	 短期、中期、长期	建立高效客服体系，主动回应并解决客户诉求，定期开展满意度调查，宣传改进举措，彰显国有文化企业责任。

在质量管理方面，工程条线的核心职责是对公司既有房产在出租使用过程中发生的维修事项进行全流程质量监管与验收。房报传媒已建立并执行一套严格的维修质量监督与验收标准，确保每一项报修任务，从响应、施工到交付均符合安全与质量规范。

新华传媒坚持以读者和客户需求为导向，将客户服务与投诉管理作为提升服务质量的重要抓手，构建覆盖多业务板块、全渠道、全流程的客户服务管理体系。下属子公司均通过明确责任分工、畅通意见反馈渠道、规范投诉处理流程和强化闭环管理机制，确保客户诉求能够被及时受理、有效响应和妥善解决。

## 客户投诉机制与售后服务

### 新华连锁

新华连锁郑重承诺，对每一位用户的投诉与建议均给予高度重视，确保及时响应、高效处理，力求在第一时间为读者提供满意的解决方案。在客户投诉处理方面，由党群部、办公室总体协调、快速响应处理。各销售部门积极配合，确保所有服务类投诉得到妥善处置。

为切实提升服务质量，持续提高读者对公司商品与服务的满意度，新华连锁销售中心常态化开展“读者满意度评价”活动。同时，读者可通过以下渠道便捷反馈意见：

- 一、新华连锁旗下所有门店均设有“意见簿”，方便读者留下宝贵建议；
- 二、各门店均公示有“新华传媒规范服务承诺”“新华传媒图书商品退换服务承诺”及统一监督电话（63914269），确保读者的意见或投诉渠道畅通无阻。

### 房报传媒

房报传媒制定了《客户投诉处理作业规程》，确立了以“礼貌、热情、友善、耐心、平等”为核心的服务原则。该制度对投诉进行科学分类（重大、重要、轻微、无效），并针对不同类别设定明确的处理流程与时效标准，确保投诉响应及时、处置有效。例如，规定在接到投诉后 4 小时内联系客户调查事实，并依据投诉性质在 2 至 3 日内完成处理，重大投诉需升级至项目负责人现场处理。房报传媒坚持“闭环管理”理念，要求处理结果必须获得客户认可或理解，方视为闭合，否则将启动新一轮处理流程，并通过定期回访与记录存档确保流程可追溯、结果可验证。报告期内，上海书城福州路店商户满意度为 98.37%。

### 解放教育

解放教育制定了《关于私域客服（兼岗）人员工作管理规定》，明确了私域场景（企业微信、社群等）中兼岗人员的“客户服务顾问”核心定位，并围绕关系维护、需求挖掘与口碑引导，对其兼职期间的职责进行了系统性规范。该体系设定了分层响应标准（如对活跃会员要求 15 分钟内响应），并通过客户画像标签化管理实现个性化服务。为确保服务质效，建立了以客户留存率、复购转化率、服务满意度 (NPS) 等为核心的量化考核指标，并设定包括禁止私自引流、虚假承诺、泄露客户信息等在内的行为“红线”。

### 申活馆

申活馆制定了《客户投诉处理机制及售后服务政策》，为客户提供多元、便捷的反馈渠道，包括专属投诉热线（22896724）、现场受理及线上入口（官方微信 / 小程序投诉入口，24 小时均接收投诉），并承诺在接到投诉后 2 小时内首次响应，确保沟通及时。根据投诉性质与复杂程度，公司实施分级处理机制：一般投诉由店长直接处理并于 24 小时内解决；重大投诉则升级至区域及公司管理层协同处理，确保问题得到妥善应对。在售后服务方面，公司严格执行退换货与维修政策，对经检测确认存在质量问题的产品提供 15 日内退换、30 日内维修的服务，并针对维修超时等情况主动给予客户补偿。为提升服务闭环质量，公司实行“一客一档”跟踪管理，在投诉处理后 24 小时内进行回访，并定期公示投诉情况以及落实内部问责，确保客户满意。

## 影响、风险和机遇

公司通过制度化、流程化管理手段，持续强化内容审核把关与风险防控能力，确保信息传播在政治方向、舆论导向和价值取向上的正确性与专业性，不断提升产品和服务的安全性、可靠性与社会公信力，为读者和社会公众提供真实、准确、合规的高质量内容与服务。

### 新华传媒质量服务风险管理机制



#### 严守内容安全与质量“三审制”

新华传媒严格执行《网络信息发布管理规定》，对所有官方新媒体平台实行与传统报刊一致的“三审三校”制度。该制度明确了从初审、复审到终审的层级责任，尤其对涉及敏感因素及重大事件的信息，要求提升终审权限，确保政治方向、舆论导向、价值取向正确，内容真实、准确、合法。此流程从源头上减少未经审核和失实信息的发布，是公司向社会输出高质量、可信赖内容的核心保障。



#### 建立重大事项即时报告机制

新华传媒依据《进一步加强报告制度、规范办事规则的通知》，建立了覆盖社会舆情、突发事件、上级指示、重要经营活动等在内的关键事项报告体系。特别是对可能引起社会舆情反响或群体性事件的重大突发事件，要求“30分钟内口头首报、24小时内书面报告”，确保管理层能够第一时间掌握情况、迅速响应，将潜在风险与负面影响降至最低。同时，公司通过信息员队伍建立和完善信息沟通、交流渠道，加强对日常信息工作管理，切实发挥信息工作在企业宣传和业务交流中的作用，为公司的发展历程积累完整的资料信息。

## 指标和目标

### 新华连锁 2025 年度管理目标

### 达成情况

顾客满意度 ≥ 95%	✓ 已达成
合同履行率达 100%	✓ 已达成
客户投诉处理率达 100%	✓ 已达成
售后服务及时率达 100%	✓ 已达成

### 报告期内

新华传媒共收到针对下属分子公司运营服务方面的客户投诉

15 起

书面提出投诉的

1 起

其中通过 12345 市民热线渠道反映的共

13 起

当面要求解决问题的

1 起

以上客诉事项均按照信访法治化工作流程解决，投诉解决率达

100%

## 数据安全与客户隐私保护

新华传媒高度重视数据安全与客户隐私保护，子公司新华连锁将相关工作纳入业务运营的重要内容，持续完善相关管理机制与技术保障措施，围绕客户信息采集、存储、使用、传输等关键环节强化风险防控，提升信息安全管理能力，维护用户信任与企业公信力。

### 治理

新华连锁按照公司制定的《网络信息安全管理制度》加强网络信息安全管理。新华连锁设置信息技术中心，专门负责数据安全与客户隐私保护管理工作，在网络安全、主机安全、应用安全、数据安全、运维安全、业务连续性与个人信息收集、存储、使用、传输等方面重点保障，

组织开展网络信息安全宣传教育，定期开展网络安全检查和网络应急演练，应急协调信息安全突发事件。报告期内，新华连锁获得 ISO 27001 信息安全管理体系认证，新华传媒及新华连锁所运营的关键互联网应用系统，上海书城线上应用、申学 APP、新华一城书集网络平台均获得了三级等保认证。



新华连锁信息安全管理体系认证

### 战略

新华连锁将数据安全与客户隐私保护纳入公司治理的重要议程，在识别并防范信息泄露、非授权使用及隐私投诉等风险的同时，公司以规范化的数据治理与信息安全能力建设为路径，着力提升用户信任与服务质量，推动数字化业务安全。

#### 数据安全与客户隐私保护风险与机遇分析

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	影响价值链环节	影响的时间范围	应对措施
客户信息泄露风险	在新华连锁会员注册、申活馆小程序下单、教育社群运营等过程中采集的姓名、电话、消费记录等，如管理不当或系统薄弱，存在数据泄露风险。	自身运营、供应链下游	短期、中期、长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>设置客户数据访问权限、强化员工培训、禁止私自导出信息；</li> <li>部署防火墙及入侵检测机制，定期系统安全巡检。</li> </ul>
非授权使用客户信息风险	未经客户同意将客户信息共享给第三方，可能违反数据使用规范，引发法律或声誉风险。	自身运营、供应链下游	短期、中期、长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>明确客户数据使用边界，获取客户书面 / 电子同意；</li> <li>加强对第三方平台数据接入审核，确保数据使用在授权范围内。</li> </ul>
客户投诉风险	客户因信息被滥用且反馈未获及时响应产生投诉，通过线上渠道扩散，可能影响品牌形象。	自身运营、供应链下游	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立专线受理机制，设定响应时限；</li> <li>客服定期培训，强化合规意识；</li> <li>在投诉处理后回访客户，形成闭环记录体系。</li> </ul>
数据资产化机遇	随着会员系统、线上渠道及社群服务的成熟，提升数据治理能力有助于增强用户粘性与品牌信任。	自身运营、供应链下游	中期、长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>推进客户信息管理系统统一化建设；</li> <li>优化数据标签与用户画像使用合规机制，促进精准服务与客户权益保护协同提升。</li> </ul>
信息安全合规机遇	随着业务线上化发展，系统安全与数据合规能力建设可强化企业技术护城河，增强风险应对能力。	自身运营	中期、长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定年度信息安全加固计划，定期开展漏洞扫描与安全加固；</li> <li>完善内部信息安全制度，推动“技术 + 制度”双重防控体系建设。</li> </ul>

新华连锁高度重视客户信息采集、存储、使用与传输的合规实践，信息技术中心协助各部门在开展实际业务运营时确保客户的个人信息安全。公司牵头建设的上海书城线上应用系统中，详细把控数据传输的每个环节以落实信息安全保护。

### 上海书城线上应用客户信息采集、存储、使用与传输的隐私保护措施



### 信息系统与基础能力建设



### 案例 打造数据服务平台 CNONIX 项目

新华连锁信息技术中心自 2016 年起，在中宣部信息中心和全国出版物发行标准化技术委员会指导下，承担两期“出版发行大数据体系建设的 CNONIX 标准创新应用示范项目”，完成基于 CNONIX 标准的数据中心与行业元数据服务体系建设。平台实现企业内部 CNONIX 元数据与行业 CNONIX 云服务平台的上下对接，为行业提供图书元数据服务。

云服务平台自 2017 年上线以来累计上传图书信息 1,973,872 次、品种 807,940 本，其中 560,153 本为国家平台未收录图书；报告期内，为国家平台上传图书信息 123,883 次、品种 47,703 本，其中 17,730 本为国家平台未收录图书。

## 影响、风险和机遇

新华连锁建立与业务衔接的数据安全及客户隐私保护风险识别与管理机制，并融入日常运营。结合线上应用、线上交易、会员服务数据触点，明确风险覆盖范围，重点管控个人信息告知、敏感信息处理、权限管控等关键环节；定期梳理数据处理链路、识别风险并分级评估，推动闭环治理。针对因安全漏洞、黑客攻击或人为泄露等因素造成的数据泄露，新华连锁制定突发事件处置预案，持续提升防护能力与客户信任度。

### 新华连锁数据泄露突发事件处置流程

#### 技术处置

第一时间定位泄露源头，强化边界与应用防护，切断泄露渠道以降低损失。



#### 上报追责

向集团、公安及网信办等上级单位报告，配合执法机关立案追查以挽回损失。



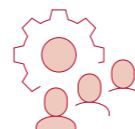
#### 善后恢复

协同业务单位安抚用户、推进善后，重建信任并恢复业务。



#### 复盘优化

总结事件并分析原因，完善应对与预防措施，避免同类事件复发。



## 指标和目标

### 数据安全与客户隐私保护管理目标

确认的数据安全事件数量为 0

### 本年度达成情况

✓ 已达成，未发生数据安全事故

### 报告期内

公司**未发生**客户隐私泄露事件



## 行业合作与创新

新华传媒通过制度化的创新激励、高质量的馆配交易会实践及多元化校企与行业合作，初步形成“场景应用+行业协同”的创新生态，在增强公司馆配业务竞争力、扩大行业影响力与支持公共文化服务方面发挥了积极作用。

## 创新发展

报告期内，新华连锁开展“馆配数字化服务平台”自主研发，推动“上海书城”小程序自主迭代升级，促进公司图书馆配、政企团购等主营业务的创新发展。

### 案例 馆配数字化服务平台研发

新华连锁以馆配行业上下游业务核心发展需求为基础，打造馆配数字化服务平台，建立信息化、一体化、全链路的运营管理体系，依托公司丰富的行业数据积累，引入大模型及 AI 技术为体系赋能，形成多层次、多方位、规范化、智能化的综合馆配服务能力，实现馆配业务全流程数字化管理、商机采集分析、采购自动比价、智能书目推荐、智能编目加工、馆藏数据服务等应用服务场景，助力公司馆配业务转型升级。



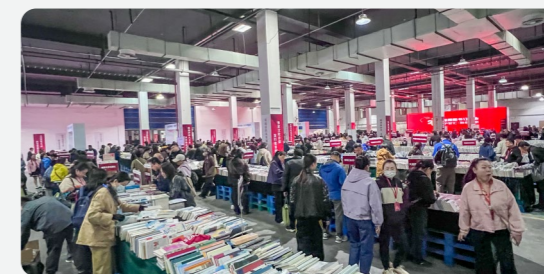
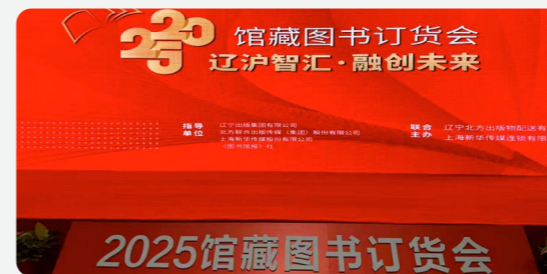
馆配数字化服务平台建设

## 行业参与

新华连锁通过开展春秋两季馆配交易会，整合沪版图书、京八联等畅销资源及年度新品，为图书馆客户打造一站式现采服务平台。这些活动不仅传承了上海新华书店的历史文脉，更以现代化服务创新，为公共文化体系建设注入崭新动能。

### 案例 2025 年图书馆馆藏交易会（春秋两季）

2025 年 4 月 24 日至 26 日，新华连锁与辽宁北方出版物配送有限公司在沈阳共同主办“辽沪智汇·融创未来 2025 馆藏图书订货会”。此次订货会吸引全国 150 余家出版机构与 400 多家图书馆参与，集中展出 5 万余种新品，通过新书展示、专业论坛及创新服务，最终实现订货码洋突破 4,000 万元，参会人数与交易规模均创公司历史新高，进一步提升了新华连锁在全国馆配市场的品牌影响力与行业驱动力。



“辽沪智汇·融创未来 2025 馆藏图书订货会”

2025 年 9 月 25 日至 27 日，“海上典藏·2025 全国秋季图书馆藏资源交易会”在上海成功举办，由新华传媒等多方指导主办、新华连锁联合主办。交易会采用“线下为主、线上为辅”模式，线下现采面积超 1,500 平方米，汇聚近百家出版机构，展示 12 万种精品图书（含 3 万余种新书），吸引全国 400 余位图书馆及出版社代表参与，同期举办专业论坛，最终实现订货码洋 2,084.9 万元，其中沪版图书表现突出，码洋达 562.8 万元，册数 7.2 万册。



海上典藏·2025 全国秋季图书馆藏资源交易会



“深耕专业出版，赋能图书馆精准馆藏建设与服务创新”  
主题专业论坛会



海上典藏·2025 全国秋季图书馆藏资源交易会现采现场

## 校企与行业合作生态

新华连锁积极构建多元、开放的合作生态，围绕出版发行、馆配服务、文化教育推广等重点领域，持续深化与出版机构、行业组织、院校及文化团体的协同联动。公司通过整合资源、创新服务模式与拓展合作边界，推动文化教育资源的高效配置与社会化共享，在服务行业高质量发展与公共文化建设的同时，不断释放文化创新活力。

### 新华连锁打造校企与行业合作生态



#### 校企合作

新华连锁旗下教材中心与中华职业学校建立校企合作机制，为特定群体开设免费文化课程；2025 年 4 月与上海新闻出版职业技术学校签订合作协议。



#### 标准化与数据共享合作

2025 年 9 月，新华连锁馆配中心与上海出版社经营管理协会签署战略合作协议，双方将共建标准化数据池与智能匹配系统，推动 CNONIX 元数据共享，并提出预计目标（如三年内高校图书馆智能荐书覆盖率提升至 50%、京沪学术图书全国馆藏覆盖率提高 30%）。



#### 平台与展会合作

云端拓展部与上海联合书业会展有限公司合作，共同打造上海书展暨“书香中国”上海周的三网平台（即官网、微信公众号、微博）。新华连锁通过正向报道全方位宣传上海书展及行业图书融合发展成果：书展官方网站发布信息 43 条，点击数达 4,884 次；官方微信公众号发布推文 1,318 篇，总阅读量 34 万，单篇最高阅读量 4,805 人次；官方微博发布内容 43 条，总阅读量 34 万，单篇最高阅读量 2 万人次。



#### 文化推广合作

联合上海多家剧院与文化团体开展“吾嘉有戏”“红色经典阅读沙龙”等活动，推动书店文化活动与社会服务融合。



#### 行业标准与技术交流

新华连锁参加全国出版物发行标准化技术委员会工作会议（为该委员会会员单位）；

参加由北京师范大学新闻传播学院与“新闻出版大数据用户行为跟踪与分析实验室”联合主办的生成式人工智能技术与传媒业应用高端论坛（为该实验室联建单位）；

参加由“智慧出版与知识服务重点实验室”承办的出版业科技与标准重点实验室交流研讨活动。

# 以人为本，成就员工价值

新华传媒坚持以人为本的发展理念，将员工视为企业最重要的资源，持续完善覆盖员工权益保障、招聘用工、培训发展与福利关怀的全链条管理体系。公司致力于营造公平、尊重与可持续的工作环境，促进员工能力提升与价值实现，与企业高质量发展同向同行。

## 员工权益保障

### 治理

新华传媒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，严格执行内部《人力资源管理规范》，以合规化、标准化流程筑牢招聘与雇佣环节的员工权益保障防线。公司人力资源部作为员工管理的责任部门，统筹负责人力资源规划、制度建设、招聘培训、薪酬绩效、员工关系、E-HR 系统维护等职责，同时统筹子公司人力资源条线管理与支持工作。

### 战略

新华传媒在员工权益保障领域系统识别出风险机遇，公司制定了针对性应对措施，全力保障员工合法权益，夯实可持续发展基础。

## 新华传媒员工权益保障相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	影响价值链环节	影响的时间范围	应对措施
招聘与雇佣风险	招聘中是否存在性别、年龄、性取向、宗教、种族等隐性歧视，违反平等就业原则。	自身运营	 短期	详见“招聘与雇佣”小节
薪酬与绩效风险	是否存在同岗不同酬现象，尤其在性别、职级层面； 薪酬是否未与当地最低工资标准、物价水平同步调整，导致员工生活质量下降。	自身运营	 短期	详见“薪酬与绩效”小节
福利与关怀风险	是否未按规定提供带薪年假、产假、陪产假等法定福利； 是否未建立完善的医疗保障、商业保险体系。	自身运营	 短期、中期	详见“福利与关怀”小节
绩效考核与激励机遇	通过有效的绩效管理体系和激励措施，有助于提升员工工作积极性和绩效，促进公司整体业绩增长。	自身运营	 长期	详见“薪酬与绩效”小节
员工权益保障提升机遇	随着公司不断完善员工权益保障措施，如提升薪酬福利、改善工作环境和加强合规管理，有助于增强员工满意度和企业文化建设。	自身运营	 长期	详见“福利与关怀”小节

## 招聘与雇佣

公司在招聘环节始终遵循“公开、平等、竞争、择优”原则，构建多元化、规范化、透明化的招聘体系。在雇佣环节，秉持“以人为本”核心理念与平等自愿、协商一致原则，与员工签订书面劳动合同，清晰阐释公司运营管理模式与核心价值理念，明确双方权利义务，提供必要的工作行为指引，建立规范稳定的劳动关系。员工入职后，所有录用材料均纳入 E-HR 系统统一管理，实现用工信息系统化、电子化追溯。同时，公司依法为全体员工办理各项社会保险，实现社保 100% 全覆盖，切实维护劳动合同双方合法权益。

### 多元化与反歧视

新华传媒建立健全反歧视与多元化管理体系，以制度刚性保障招聘平等性，明确规范招聘人员行为准则，严禁在性别、年龄、性取向、宗教、种族等方面实施任何形式的歧视行为。面试环节严守标准化流程，规范录用审批程序，从流程设计到执行落地全链条规避歧视风险。在劳动合同签订阶段，公司同步向员工传递平等包容的企业文化，为员工提供公平的职业发展起点。报告期内，公司未发生任何用工歧视或骚扰事件。

### 反童工与反强制劳动

新华传媒严格遵循《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，建立完善的反童工及强制劳动管理体系。在招聘筛选阶段，对候选人年龄信息进行严谨核查，从源头杜绝童工雇佣风险；在录用环节坚持平等自愿、协商一致原则签订劳动合同，坚决杜绝任何形式的强制劳工行为。

公司建立健全劳工准则监督机制，明确违规处置流程，一旦发现违反劳工准则的情形，立即中止相关行为，全面排查管理漏洞并制定针对性整改方案。报告期内，公司未发生任何雇佣童工、强制劳动等违反劳工人权的事件。

### 创造就业机会

新华传媒积极履行社会责任，在构建稳定用工体系的同时，充分发挥灵活用工模式优势，通过多元化招聘策略创造就业机会，既满足自身阶段性运营需求，也为社会群体提供就业与实践平台，实现企业发展与社会效益的双赢。

#### 创造就业机会举措

##### 房报传媒

一方面创造长期稳定就业岗位，另一方面依托项目需求定期招聘短期工作人员，发挥短期用工灵活性，为当地学生及社会群体提供实践机会与收入来源，有效补充阶段性用工缺口。

##### 新华连锁

聚焦灵活就业岗位开发与权益保障，精准匹配阶段性业务需求开展短期招聘。每年春、秋两季教材发行期间，根据发行量及岗位需求招聘 40-60 名短期工作人员。

2025 年上海书展期间，依据展位规模及图书进出库量，招募约 80 名临时员工，负责布展撤展、图书装卸等现场工作，高效应对业务高峰期用工压力。

## 薪酬与绩效

新华传媒构建了公平合规、激励导向、闭环管理的薪酬绩效管理体系，并建立完善的绩效反馈与申诉机制保障考核公正，既维护了员工合法权益，又充分激发团队活力，助力公司健康可持续发展。

### 薪酬绩效管理

薪酬管理方面，公司实行“岗位定级、级差管理、同等福利”为核心的岗位级别工资制，综合考量各岗位的职责权重与能力要求进行科学定级。薪酬结构清晰明确，涵盖基本薪酬、绩效考核奖励及各类法定与补充福利；同时严格遵守法律法规，依法足额为员工缴纳社会保险费与住房公积金，全面落实带薪年假等福利保障，切实维护员工经济权益与休息权利。

绩效管理方面，公司制定《绩效考核制度》《年终考核奖励办法》《评先选优管理办法》等完善制度，建立量化考核体系，围绕员工岗位实绩，从工作责任、敬业协作、工作规范、清廉表现等维度进行全面评估。通过年终等级评价强化结果运用，加大对杰出员工的奖励力度，让优秀人才脱颖而出；同时以“评先选优”政策为抓手，引导员工争先创优，持续提升工作效率与质量，形成正向激励的良性循环。

### 员工薪酬组成情况



#### 基本薪酬

根据岗位职责重要性和个人资质等因素，对不同岗位级别设计了合理的薪酬宽幅，薪酬调整向中下级员工倾斜。



#### 考核奖励

加强员工个人绩效与公司整体战略目标的关联度，加大对优秀等级员工的奖励，即结合公司整体效益完成情况及员工述职评价，按考核结果和考核等级系数，核发员工考核奖励。



#### 福利

严格依据国家政策法规要求提供法定福利，并额外提供个性化、多元化的福利方式。

### 绩效反馈与申诉

为保障绩效考核的公平、公正、客观，持续改进员工绩效并维护员工合法权益，新华传媒建立了完善的绩效反馈与申诉机制。考核流程结束后，被考核者的直接上级需将审批通过的考核结果及时反馈给员工，通过面对面沟通，充分复盘绩效表现、肯定进步亮点，并共同探讨改进方向与提升路径。若被考核者对考核结果存在异议，可向人力资源部提出申诉，由人力资源部对相关情况进行全面复核，并在规定时限内给出明确回复。若员工对人力资源部的复核结果仍有不同意见，可进一步向考核领导小组申请复议，复议决定为最终考核结论。

## 福利与关怀

新华传媒高度重视员工福利与人文关怀，建立健全全方位的福利保障体系，既坚持与员工共享发展成果，积极开展文体活动丰富精神文化生活，又聚焦女性员工特殊权益落实、民主管理沟通渠道畅通、困难员工帮扶，全方位增强团队凝聚力与员工幸福感。

报告期内



公司用于员工关怀的总支出为 **2,266.03** 万元

## 员工福利

新华传媒严格依据国家法律法规与政策要求，构建起“法定保障 + 补充福利 + 人文关怀”三位一体的员工福利体系，通过个性化、多样化的福利举措，全方位提升员工福利保障水平，切实增强员工的信任感与获得感。

公司依法足额为员工缴纳社会保险费及住房公积金，全面落实带薪年假等法定福利；同时指导各基层工会统一投保市总工会会员互助保险、购置上海市总工会会员专享保障，进一步织密员工福利保障网，有效提升员工归属感。

### 公司福利列表

#### 法定福利

法定社会保险和住房公积金  
法定年休假  
高温费  
育儿假  
其他国家规定的带薪假期  
.....

#### 专项福利

补充公积金  
午餐补贴  
交通补贴  
通讯补贴  
节日福利

#### 其他福利

疗休养  
员工体检  
福利年休假  
商业保险  
献血福利  
生日卡  
.....

## 工作时间与休假方式

新华传媒严格遵循国家及当地法律法规，结合不同岗位工作特性，制定差异化、合规化的工作时间、加班及休假管理体系，保障员工休息权利，确保公司运营有序推进。

### 公司工作时间与休假管理

#### 工作时间制度

**标准工时制：**核心推行每日工作不超过 8 小时、每周不超过 40 小时的标准工时制，保障员工双休日权益，适用于多数常规岗位。

**综合计算工时工作制：**依据《关于企业实行不定时工作制和综合计算工时工作制的审批办法》，部分岗位实行综合计算工时制。部分岗位（如高管专职司机等）因工作机动特性，经双方协商实行不定时工作制，灵活调节员工休息与公司工作时间。

#### 休假与加班管理

**休假保障：**员工依法享有法定节假日、婚假、丧假、产假等法定假期及公司规定的休息日，全面落实带薪年假等福利。

**加班管理：**公司倡导员工在标准工期内完成工作，明确加班遵循“员工自愿”原则，要求加班需事先填写申请表，经直属上级书面审批，未经批准的加班不予认可。公司对法定节假日指定加班人员按国家规定计发加班费；房报传媒则以“调休”为主要补偿方式，安排员工在加班后同等时间补休。

报告期内

公司享受产假员工返岗率

**100%**

享受育儿假员工返岗率

**100%**

## 女性员工权益

新华传媒高度重视女性员工权益保护，秉持平等尊重关爱的理念，从制度落实、设施配套、活动赋能等维度构建全方位保障体系，切实维护女性员工合法权益，助力女性员工实现职业发展与身心健康的平衡。

### I 女性员工福利

#### 落实专项休假权益

公司严格遵循国家法律法规，积极落实育儿假、哺乳假、孕妇工间休息假等专项假期制度，同步保障女性员工带薪休假权益，夯实女性员工职业保障基础。

#### 完善母婴关爱设施

新华连锁在商场门店、独立书城及园区内配备母婴室、母婴设施与育儿场所，打造“爱心妈咪小屋”等专属空间，为孕期、哺乳期女性员工提供便捷、舒适的工作与休憩条件。

#### 丰富女性关怀内容

新华传媒及各子公司工会开展多元化女性主题活动，举办“女性健康”系列讲座；开展非遗手工制作等培训；邀请专业医师讲授亚健康调理、科学减肥等知识；依托临港科技智慧图书馆，举办女性成长、健康与家庭教育主题读书会、沙龙；组织女职工观摩话剧，丰富女性员工业余文化生活，全方位助力女性员工身心健康与个人成长。

### 报告期内



公司女性管理人员占比

47%



女性职业赋能及领导力培训的员工占比

52.7%



培训时长累计

2,570 小时



2025 年国际妇女节期间，新华传媒工会组织开展“中医养生讲座·探索体质之谜”专题活动，35 名女性工会干部及女职工代表参与学习中医养生知识，活动引导女职工关爱自我、保持身心健康，以良好状态应对工作与生活的挑战。

## 困难员工帮扶

新华传媒及子公司以工会为核心力量，秉持“以人为本、精准帮扶、全面保障”的理念，构建困难员工帮扶体系，通过经济援助、物资支持、精神慰藉、风险抵御等多维度举措，为遭遇困境的员工筑牢后盾，切实传递企业温暖。

### 公司困难员工帮扶机制与措施

#### 帮扶机制与风险抵御体系

- 建立员工突发状况快速响应机制，针对生病、受伤等情况启动“即时响应+物质帮扶+精神慰藉”全方位支持。
- 统一为员工参保工会互助保障、会员 B 类保障及补充医疗保险，在员工疾病住院、意外伤残等场景提供理赔支持，减轻经济负担。
- 新华置城工会制定《帮扶金制度》，明确帮扶标准与流程，确保帮扶工作规范化。

#### 开展多元帮扶行动

- 建立困难职工动态档案，对重大疾病、家庭变故等困难员工进行精准识别与分类帮扶，救助金额按困难程度评估确定。
- 常态化开展一年两次帮困救助、访贫问苦活动，同步落实高温慰问、患病及退休职工慰问等关怀举措。
- 按规定为在编离岗职工每半年调整一次生活费，缓解其生活压力。

#### 精神关怀与物质支持

- 员工及直系亲属遭遇大病或家庭困难时，工会第一时间上门或电话慰问，深入了解实际需求，协助解决就医、生活照料等难题。
- 通过发放慰问金、专项补贴金、慰问物资等形式，为困难员工提供直接支持，兼顾物质帮扶与精神慰藉。

公司工会以“为职工办实事，解决职工困难，解除职工忧虑”为指导思想，通过持续开展一年两次的帮困救助、访贫问苦活动，确保公司对职工的关爱、关怀送到每一个困难家庭。同时，根据《上海新华发行集团有限公司改制职工权益保障方案》有关规定，每半年为在编离岗职工调整一次生活费，以缓解在编离岗职工的生活压力。

#### 报告期内

公司帮扶困难员工  
**91** 人次

全年慰问患病员工  
**43** 人

为 **138** 名在编离岗员工调整生活费  
有效缓解其生活压力

## 员工活动

新华传媒及下属子公司坚持与员工共享发展成果，立足员工多元需求，围绕身心健康、文化提升、团队建设与家庭关爱，开展丰富多样的员工活动。各级工会通过读书、摄影等文化活动营造学习氛围；以养生讲座、文体赛事等缓解员工压力、关注身心健康；借助生日会、团建、亲子活动等增强团队凝聚力；结合业务开展 AI 设计、短视频讲书等特色活动，激发员工活力，全方位提升员工幸福感，营造和谐积极的工作氛围。

### 案例 “旧书新知” 短视频讲书人大赛

2025 年 4 月，新华连锁开展“旧书新知”短视频讲书人大赛，以创意镜头赋予旧书新活力、传承文化脉络，要求参赛作品围绕主题解读经典旧书的文化价值与知识传承，共收到 33 名职工的 35 件投稿作品。赛事采用全员投票结合工作小组评分的综合评审方式，最终评出各类单项奖各 2 名、入围奖 9 名。



获奖作品——《面纱》解读



获奖作品——《阿勒泰的角落》解读

### 案例 “智绘书香” 4.23 世界读书日 AI 海报设计大赛

第 30 个世界读书日来临之际，新华连锁举办“智绘书香”AI 海报设计大赛，该赛事也是公司“书海拾萃”图书业务技能系列活动之一。大赛以科技融合阅读文化、探索数字时代阅读推广新方式为宗旨，号召员工以 AI 创作诠释阅读价值。活动两周内吸引 53 名职工参与，共征集 58 件创意作品，作品风格多元，或诗意传递阅读意义，或融合艺术灵感，或畅想未来共读图景。



“智绘书香” 4.23 世界读书日 AI 海报设计大赛获奖作品

### 案例 新华传媒 2025 年职工趣味运动会

11 月 8 日，公司工会在曹杨二中体育馆成功举办主题为“动起来，就现在”的 2025 年职工趣味运动会。本次运动会精心设置 8 个趣味竞技项目，涵盖 4 个团体项目与 4 个人项目。来自公司下属 6 家基层工会的 200 余名运动员同台竞技，近 50 名职工家属组成助威队到场呐喊，现场氛围热烈。

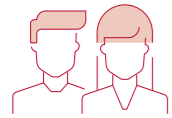


举办职工趣味运动会，丰富员工文化生活

## 民主管理与沟通

新华传媒及子公司以员工为主体，坚持“维护公司整体利益与保障职工合法权益相统一”，构建制度健全、渠道多元、执行落地的民主管理与沟通体系，通过规范化的组织运作、多层次的沟通机制和多样化的民主参与形式，保障职工知情权、参与权、监督权，实现企业与职工协同发展。

### 报告期内



公司工会总计会员人数

1,162 人

## 公司民主管理与沟通举措

### 完善工会组织架构与制度体系

- 公司工会遵循民主集中制原则组建，基层工会、工会小组按规定设立并选举产生负责人，保障职工广泛参与工会事务。目前下设 6 家基层工会（5 家单独工会、1 家联合工会），以《上海新华传媒股份公司工会工作条例》为纲领，确立“维护、建设、参与、教育”四大基本原则，明确民主管理核心方向。
- 公司建立经费审查制度，确保经费收支公开透明，保障福利落地。
- 工会督促公司缴纳职工社保基金，监督基金使用；职工权益受侵害时，工会提供法律援助，同时听取职工诉求、解决实际困难，为民主管理筑牢基础。

### 搭建多元化民主参与平台

- 以职工代表大会为民主管理基本形式，工会作为职代会工作机构，负责日常组织、决议督促与提案落实。
- 公司制定重大改革、收入分配、劳动保护等涉及职工切身利益的事项时，必须听取工会意见。
- 各子公司通过职工大会、年度总结大会等形式，落实职工对企业经营管理事务的民主决策、参与和监督权。

### 畅通多层次员工沟通渠道

- 构建“日常沟通+组织沟通+专项沟通”的三级机制：日常工作中鼓励员工与直属管理者定期沟通；组织层面开通工会代表交流渠道，保障员工诉求直达工会；专项层面推行“书记接待日”制度，公布负责人联系电话，面对面解决员工热点、难点问题。
- 为倾听员工心声，畅通“建言文化”渠道，弘扬正能量，助推企业新发展。新华连锁党委和纪委设立“书记接待日”，以加强和员工的沟通，积极处理和解决员工反映的热点、难点问题。同时向公司全体员工公布党委书记、纪委书记工作电话，方便倾听员工心声，也可预约在接待日当天向党委书记、纪委书记面对面提出意见建议或者表达诉求。

## 案例 职代会联席会凝聚发展共识

2025 年 7 月，公司工会召开职代会联席会，近 70 名职工代表与党政班子领导参会。会议通报 2024 年经营成果、工资福利及“四金”解缴情况，部署 2025 年转型发展任务，明确工会聚焦改革、保障职工福祉的工作重点，切实保障职工知情权与参与权，夯实企业高质量发展内生动力。

2025 年职代会联席会



## 影响、风险和管理

新华传媒建立由人力资源部门牵头、工会协同的员工权益风险识别与处置机制，将相关流程嵌入招聘、劳动合同、薪酬社保、休息休假、职业发展等全用工管理环节。公司依据法规及内部制度定期开展用工合规自查，多维度识别潜在风险并分级形成问题清单，明确整改要求并跟踪落实；对劳动关系风险苗头及时沟通处置、闭环解决，持续维护员工合法权益与组织稳定。

## 指标和目标

### 员工权益保障目标

#### 员工权益保障管理目标 | 本年度达成情况

持续加强人才队伍建设，搭建青年人才培养体系，开展全员能力提升培训，规范考核激励机制，助力人才发展 ✓ 已达成

持续优化员工福利保障，强化员工关系管理与风险防控，提升员工归属感与满意度 ✓ 已达成

员工总人数  
**1,168** 人

其中：残障员工  
**7** 人

少数民族员工  
**12** 人

员工流失率  
**9.6%**

### 员工构成



## 职业健康与安全

公司深知职业健康安全管理对员工福祉和公司长期发展的重要性。坚持“以人为本”的原则，将员工的健康安全置于公司运营的核心位置，强调预防为主，通过持续改进和风险管理，确保工作环境的安全和健康。

公司设立了平安建设协调领导小组，由主要领导担任第一责任人，负责制定安全生产（包括职业健康安全）的方针和重大决策；党群工作部作为日常管理部门，负责安全规章制度的建设、安全培训、事故调查处理等工作；各下属单位设有平安建设负责人和安全员，负责本单位的日常安全检查、隐患排查和应急响应。

新华传媒编制了《安全生产治本攻坚三年行动实施方案（2024-2026 年）》，目标到 2024 年底基本消除排查出的隐患存量，2025 年底有效遏制隐患增量，2026 年底形成隐患动态清零机制。同时，在职业健康安全管理方面制定了以下目标、方针及承诺：

### 新华传媒职业健康安全目标、方针及承诺

#### 零事故

努力实现零职业健康事故，包括工伤、职业病等



#### 健康工作环境

创造和维护一个健康、舒适的工作环境，减少职业病和疾病风险



#### 员工健康意识提升

提高员工对职业健康安全隐患的认识，增强自我保护意识



#### 合规性

遵守所有适用的职业健康安全法律法规，为员工购买职业健康安全相关保险，确保公司运营的合规性



新华连锁获得 ISO 45001  
职业健康安全管理体系认证

## 职业健康安全管理举措

### 制度与责任体系建设

**制度体系完善：**建立了以《安全防范综合治理责任条例》《禁烟管控及防火管理规定》《危险源辨识、风险评估和风险控制办法》为核心的安全管理制度体系。

**责任机制落实：**通过各部门严格签订安全责任书，实现了安全生产责任的层层分解与压实。

**管理机制闭环：**构建了“风险识别—监测预警—评估分级—应急处置—整改闭环”的全流程、标准化管理模型。

### 风险防控与日常管理

**系统化防控：**围绕重大风险，系统落实“人防、技防、工程防、管理防”四防措施。

**分级巡检机制：**依据《平安建设巡检制度》，对公司各类房产实施分级巡检，确保重大场所隐患排查全覆盖。

**承包商一体化管理：**将外包维修团队等承包商的安全管理纳入整体体系，实施作业前安全交底、现场监管与防护措施核查。

### 职业健康保护

**环境与健康管理：**通过全面禁烟、防火管理、配备劳动防护用品（口罩、手套等），改善物理工作环境。

**健康监测与保障：**定期组织员工职业健康体检，定期检测工作场所职业卫生状况。

**应急保障：**现场配备急救设施与药品。

**心理健康关怀：**开展“心智成长工作坊”等活动，建立了“需求调研—活动实施—反馈优化”的心理健康服务闭环。

### 应急与响应能力建设

**组织与预案保障：**设立平安建设协调领导小组及防汛防台专项小组；制定总体应急预案，明确责任分工、处置流程与资源调配。

**值班与演练制度：**实行节假日领导 24 小时值班制；每年组织消防逃生等应急演练，检验预案可行性。

**信息报告流程：**明确了严格的突发事件报告时限（事发单位 30 分钟内口头、90 分钟内书面报告；党群工作部接报后 30 分钟内上报领导），确保信息畅通。

### 业务单元的具体执行

**计划与检查：**严格执行物业年度工作计划，开展月度、季度安全检查及重点节假日维稳保障。

**合规与宣传：**确保各类设备年度检测合格，并普及治安、消防安全知识。

**预案全覆盖：**公共卫生、社会安全、自然灾害等应急预案完备。



书展慰问送清凉活动，保障高温季节下员工的职业健康与安全

## 职业健康与安全指标

职业健康	接受职业健康体检的员工覆盖率	100%
	职业健康类保险参保覆盖率	100%
	投入资金共计	139.65 万元
安全生产	平安建设工作资金投入总计	16,916.78 元
	安全生产培训宣导	4 次
	安全生产培训参与	4,520 人次
	安全生产培训员工覆盖率	100%

## 职业发展与培训

新华传媒坚持将人才培养与企业战略协同推进，围绕员工职业发展需求构建分级分类、贯穿全职业周期的培训发展体系。公司通过完善培训组织机制与课程体系，持续提升员工岗位胜任力与发展潜力，为企业高质量发展提供坚实的人才支撑。

### 员工发展

公司坚持以人为本的发展理念，致力于为员工提供开放、公正、透明的职业发展通道，根据不同层级员工的绩效表现与发展潜力，制定差异化的晋升标准与评估选拔机制，确保员工成长与公司战略目标协同推进。

#### 制度层面

公司以“双轨并进、价值导向”为核心晋升理念，搭建管理职务与专业技术职务并行的双通道发展体系，打破资历限制，重点考量员工实际价值、专业能力与发展潜力，为员工提供对等、清晰且可持续的成长路径，实现个人与企业协同发展。

#### 人才储备

公司构建“内外双循环”人才梯队建设机制，保障关键岗位与核心能力供给。内部通过组织推荐、内部竞聘，从低层级选拔潜力优秀员工，促进内部人才流动成长；外部精准引进管培生（明确人才标准、目标院校与培养路径）及成熟人才（侧重岗位匹配度、业务能力与资源整合能力），快速补强团队实力。

## 员工培训

公司坚持“条线管理、分级分类培训”原则，构建多层次培训管理体系。人力资源部为培训管理的职能部门，负责培训体系的运营与完善、统筹组织通用培训与中高层管理者培训；各职能/业务部门负责安排其业务需求的专业性培训，由人力资源部协助组织实施；公司高层管理人员培训由人力资源部协助上级单位组织实施。

### 系统化培训课程体系





此外，各下属子公司也依据自身业务特色开展差异化培训，例如申报传媒通过项目制推进员工多岗位参与与兼岗实践，鼓励在实战中锻炼能力；房报传媒则以“赋能成长与价值实现”为导向，构建系统化成长机制；新华连锁在课程实施中引入 DeepSeek 工具与 AI 分级实训、AI+Office 等课程，并通过线上线下混合教学与实操演练相结合的方式推动数字化赋能，强调“学以致用”，切实提升员工的岗位胜任能力与组织创新力。

在领导力培训与干部队伍建设方面，公司严格按照上级单位部署要求，系统组织干部开展主题学习与警示教育，督促领导班子成员完成规定学时及重点专题班学习，通过民主生活会、党性分析以及批评与自我批评等方式，不断强化政治素养与履职能力。同时，围绕企业经营管理实际，面向中基层管理者持续开展领导力提升培训，引入麦肯锡思维训练、金字塔原理等课程，重点强化结构化思考、决策表达与管理工具运用能力，夯实管理梯队建设基础，为公司稳健发展提供有力的人才支撑。

报告期内



公司组织培训共计

81 场



投入资金

48 万元



员工平均培训

6 小时

案例 开展 AI 应用专题培训，赋能员工数字技能培养

为应对数字化转型趋势，公司工会组织了面向全体员工的人工智能应用专题培训。培训系统介绍了 AI 技术的基础认知与前沿发展，并聚焦于文案撰写、演示设计、图像处理等具体办公场景，通过实操演示帮助员工掌握提升工作效率与质量的关键工具与方法。此次活动有效普及了 AI 知识，提升了员工的技术应用能力，是公司工会支持员工持续学习、拥抱技术变革的重要体现。



“AI 办公软件应用”赋能培训

# 携手共进，打造可持续供应链

新华传媒积极践行负责任的采购行为，对所有公司及下属公司供应商、承包商提出了《采配中心供应商评估准入制度》等管理规则和准入与评估标准，按照公平、公正、公开的原则对供应商进行管理与合作。

## 供应链全生命周期管理

公司在供应商准入与选择环节建立系统规范的管理机制，保障供应链合规透明、可持续发展。子公司房报传媒制定《工程类招投标管理实施细则》，按“公开、公平、公正、择优”原则，结合项目性质与金额采取多元采购形式并设合同金额门槛；招标执行多层分级审批，全程接受公司审计室监督，既保障采购透明与竞争，也强化供应商前期综合评估，从源头打造负责任供应链，助力公司可持续发展目标落地。

公司根据年度审核结果，对优秀供应商进行嘉奖，加强与商业伙伴合作沟通。新华连锁根据年度图书进销数据、营销活动和账务处理配合程度、市场反馈、授权书提供等多维度业务数据进行考核，评选出人民出版社等 30 家“2024 年度最佳合作伙伴”和上海外教社图书发行有限公司等 30 家“2024 年度最佳供应商”，并向供应商颁发奖杯和证书。同时与审核得分较低、得分下降的供应商及时沟通，共同分析存在的主客观原因，积极寻求改变。

## 数字化供应链建设

新华连锁持续建设完善图书供应链系统数据汇聚与交换平台。平台抽取并汇聚图书供应链中采购、物流、销售等各板块业务系统的生产数据，根据业务需要以不同维度进行汇总分析。平台实现采购、物流、销售、供应商等多个板块业务系统之间的数据互通交换，各系统以“采购配发”为核心，交换包括商品信息、采购、到货、发货、库存、销售等业务数据。

### 图书供应链系统数据治理体系建设

#### 元数据与 标准化

对图书商品数据、图书 MARC 数据建立统一规范及管理流程，开展数据的采集、编辑加工、审核等工作，形成规范、丰富的图书商品数据资产，服务于门店、电商、馆配等各个业务经营板块，同时对外提供数据输出，服务于馆配、团购等各类政企客户以及合作伙伴。



#### 经营分析 数据源

将各业务系统数据抽取、清洗、存储到数据中心，结合数据分析模型，形成统一的经营分析数据源，服务各业务经营板块。



## 可持续供应链管理

房报传媒从维修供应商管理和承租户管理两大维度，将可持续发展理念融入合作全流程，通过准入评估、环节管控、资质核查、绿色筛选等多举措，实现对合作方的规范化、绿色化管理。

### 维修供应商管理

- **准入评估：**将维修供应商的环境管理、社会责任表现纳入准入评估体系，推动可持续发展理念融入资产管理全生命周期。
- **验收环节：**优先推荐并采纳使用环保建材的维修方案。

### 承租户（商业伙伴）管理

- **准入筛选：**建立准入机制，优先引入信誉良好的优质企业，开展资质审查，严禁违法经营、扰民行为。
- **协议管理：**要求承租户签署《综合治理、安全防范协议书》《廉洁协议书》，明确双方责任义务。
- **资质核查：**预审时核查企业安全生产、环境合规、劳工权益等情况，结合信誉及 ESG 表现作为准入依据。
- **绿色招商：**商铺招商优先筛选绿色租户，将能耗水平、绿色认证、碳披露纳入租赁合同加分项，激励租户使用节能设备。
- **合作管控：**供应商采购需符合绿色标准，物流等合作方需通过碳排放核查；新业务拓展前背调是否符合 ESG 标准，推进新标准落地。

### 案例 房报传媒可持续供应链准入实践

房报传媒运营的上海书城在活动筹备过程中以及筛选服务供应商时已开始初步考量 ESG 因素。在 2025 年“3H 赋能成长夏令营”及《我的城市邻居》点映会等活动中，优先选择了使用可降解杯具的茶饮服务商，并在物料制作中建议采用环保纸张。未来，房报传媒计划将这类对环境友好的要求明确纳入供应商选择标准，并逐步建立对供应商在环境、安全等方面的简易评估机制，推动供应链的可持续发展。

# 服务社会，彰显国企担当

新华传媒坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，立足国有文化上市企业职责使命，将服务国家战略与满足人民群众精神文化需求贯穿企业发展全过程。公司围绕公共文化服务供给、文明实践与公益行动、乡村振兴与文化惠民等重点领域持续发力，以高质量文化产品与有温度的社会服务回馈社会，切实彰显国企担当与社会价值。

## 服务国家与公众

新华传媒积极履行国有文化上市企业社会责任，持续完善公共文化服务供给，以更具包容性的阅读空间和更可及的文化体验服务国家与公众。

### 乡村振兴

公司多措并举助力乡村振兴与城市文化建设，打造“农家书屋”项目，构建“供书、读书、管书、用书”四位一体长效机制，解决农村阅读难题，保障农民文化权益，筑牢乡村文化振兴基础；同时响应上海“十四五”规划“新城发力”战略，推出“江南书局”文化品牌，自2022年11月起先后在奉贤、嘉定、青浦打造三家特色文化空间，推动传统书店向城市文化综合体转型，丰富市民精神文化生活，提升城市文化幸福感。

新华连锁探索“文化+电商”融合模式，发挥渠道与资源整合优势，降低偏远地区图书配送成本，以图书为载体丰富当地群众精神文化生活、助力文化教育发展；公司以公益与市场化融合模式运营“农家书屋”，实现社会责任与发展突破结合，形成品牌、市场、文化服务的正向循环。同时整合作家与图书馆资源，通过“定制化活动+数字化传播”提升服务效率，既满足乡镇读者高质量文化需求，也为出版社和作家搭建作品推广新场景，实现多方共赢，持续拓展文化服务的深度与广度。

### 报告期内

江南书局·青溪之源与新华书店朱泾路店共同服务当地“农家书屋”项目。其中，江南书局·青溪之源覆盖青浦夏阳街道、盈浦街道、香花桥街道、徐泾镇、华新镇、白鹤镇、重固镇、赵巷镇、金泽镇、练塘镇、朱家角镇等 **11** 个乡镇街道，配送图书 **0.6** 万册，码洋 **19** 万元；新华书店朱泾店服务范围包括朱泾镇、枫泾镇、山阳镇、亭林镇、吕巷镇、漕泾镇、高新区、廊下镇、张堰镇、金山卫镇等 **13** 个乡镇街道，配送图书 **0.38** 万册，码洋 **21** 万元。

公司在线上线下推动阅读资源在全国范围内下沉与覆盖：线下通过“农家书屋”项目为青浦、金山等 **29** 个乡镇街道精准配送图书近万册，码洋达 **40** 万元；线上云端拓展部成功触达甘肃、内蒙古、宁夏、青海、西藏、新疆等偏远地区，完成订单 **2,998** 笔，销售图书 **33,961** 册，总码洋 **181** 万元，有效提升偏远地区文化服务的可及性与覆盖面。

江南书局·丝路之光围绕文化润疆和儿童公益阅读主题展开，在叶城县 **3** 所小学联合 **15** 家出版机构，捐赠了超过 **20** 万码洋的图书和画材、玩教具和文体用品；开展 **12** 节“行走的丝绸之路”互动课堂，覆盖学生 **1,650** 人，辐射周边多所乡镇小学。

## 社区服务

新华连锁始终以推动全民阅读、建设书香社会为己任，致力于提升全民族思想道德素质与科学文化素养，助力社会文明程度持续提高。公司积极履行文化使命，依托行业优势，持续拓展线上线下服务覆盖面，为提升全民阅读水平贡献力量。

### 新华悦读·知新书院系列活动

#### 案例 “无声书海，逐光阅读之旅” 校园公益阅读活动

2025 年 4 月，新华悦读·知新书院联合上海市聋哑青年技术学校开展“无声书海，逐光阅读之旅”校园公益阅读活动，以中央文库保存纪实为核心，带领聋哑学生感悟革命先辈的崇高精神，传承红色基因。书院配备专业手语老师全程翻译，打破语言壁垒保障活动实效。此次活动创新传承红色文化，精准回应特殊群体精神需求，彰显书院践行社会责任、关爱特殊群体的公益初心，书院未来也将持续举办公益阅读活动，以文化赋能特殊群体。



知新书院开展“无声书海，逐光阅读之旅”校园公益阅读活动

#### 案例 关于开展“阅读指导师”实战训练营项目

2025 年，新华连锁联合爱丽丝绘本研究院开展“阅读指导师”实战训练营，以“课程研发+教学执行+销售转化”三位一体体系推动店员向阅读教育顾问升级，助力书店业务转型。项目研发 3-12 岁 20 份课程方案，落地 14 场社区阅读科普活动，普及全民阅读、培养复合型人才；引入国家级证书认证建立专业标准，通过“专业服务+多渠道变现”突破盈利困境，成为文化普惠与企业可持续发展融合的实践样本。

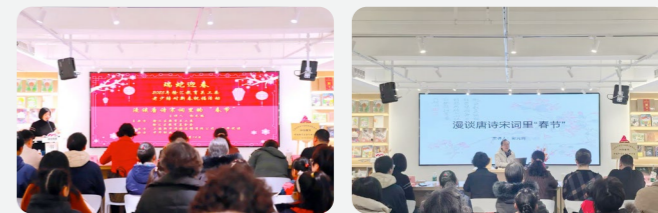


江南书局·青溪之源在书店组织开展为期三天的“江南书局夏令营活动”

江南书局·书的庭院在奉贤区柘林新寺学校开展“汉字的故事”阅读活动

#### 案例 瑞蛇迎春迎新讲座活动

2025 年 1 月，新华悦读·知新书院联合徐汇区教育关工委、教育基金会举办“瑞蛇迎春迎新讲座活动”，为师生赠送诗词书籍，特邀作者彭元鹤开展春节主题讲座，结合唐诗宋词讲解春节文化与古俗，深化了合作情谊，也为师生传递了新春的温暖与关怀。



知新书院开展“瑞蛇迎春迎新讲座活动”主题活动

#### 案例 “墨香润心·仁术传情” 授牌及赠书活动

2025 年 5 月，新华悦读·知新书院与上海九院开展“墨香润心·仁术传情”授牌赠书活动，向医院儿科、儿童口腔科等科室捐赠百余种儿童类图书，以图书为媒介深化双方合作，为医院候诊区传递温暖，搭建文化与医疗的跨界桥梁，为医院注入人文情怀，彰显文化企业的社会责任。



知新书院开展“墨香润心·仁术传情”赠书活动

## 无障碍阅读

围绕特殊群体阅读需求，公司持续推动书店无障碍环境建设，致力于为残障人士创造友好、便利的阅读与文化交流空间。

### 残障人士友好书店建设



上海书城福州路店作为上海首家实现无障碍全通行的书店，通过将坡道与楼梯入口统一设计、各楼层配置无障碍厕所等细节优化，保障读者顺畅通行。



新华书店·逆光 226 虽面积仅 37 平方米，但无障碍设施完备，店内铺设盲道、转角圆滑处理并设置轮椅坡道，同时展售残障人士手作文创产品，助力其经济独立与社会融入。



1927·鲁迅与内山纪念书局配备无障碍厕所与辅助拐杖，提供基础支持。



临港科技智慧图书馆虽未单独设置无障碍设施，但依托临港中心统一配置，并通过云平台推出“听书功能”，提升视障人士阅读体验。

### 报告期内

新华连锁旗下包括上海书城福州路店、长宁店等在内的

**6** 家门店设置无障碍坡道，

首家残障人士友好书店——新华书店·逆光 226 入选上海城市文明贡献故事，体现了公司在公共文化服务体系建设与城市文明实践中的积极作为。

2022 年 12 月开业至报告期末，新华书店·逆光 226 举办活动

**80** 余场

包括核心社会性活动

**50** 余场

搭建残健共融桥梁，传递平等阅读理念。

服务

**2.2** 万余人次

党建活动及数场国际性活动

**6** 场



2025 年 4 月，新华连锁作为运营支持单位参与上海市“阳光悦读”残疾人读书系列活动开幕式，凭借专业运营能力助力活动资源整合与体验优化，助力残疾人阅读服务和文化普惠

## 社会贡献

新华传媒秉持“履行社会责任、传播正能量”的宗旨，持续深化社会公益战略，围绕企业使命与业务优势稳步推进公益实践，着力打造具有辨识度与影响力的公益品牌。公司坚持将公益理念融入日常管理与企业文化建设，通过完善组织动员机制与资源保障，引导员工广泛参与志愿服务与公益活动，汇聚点滴善意、传递温暖关怀，共同搭建连接企业与社会的爱心桥梁。

### 报告期内

新华传媒总计举办

**25** 场公益活动

约

**234** 人参与志愿活动

获得三份荣誉证书（分别由上海市绿化委员会办公室、腾冲市希望公益服务中心、共青团上海市委员会颁发）

### 案例 爱心系列公益活动

2025 年 3 月，公司下属各子公司党组织结合自身特色开展多项献爱心活动：申活馆支部联动静安寺街道，用门店党员义卖收入购买高钙牛奶，慰问“乐龄坊”老人；房报传媒支部参与南京东路街道便民服务活动，推广上海书城夜校课程。新华连锁党委发动党、团员志愿者参与街道、学校等各类学雷锋活动 17 项，让“爱的书香”传遍申城。

### 案例 爱心暑托班志愿服务

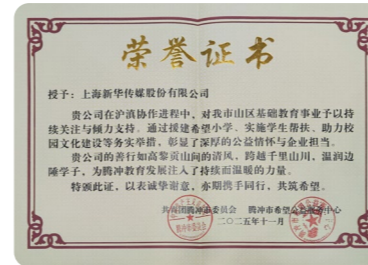
2025 年 7 月到 8 月，公司组织 8 位志愿者参与宣传系统爱心暑托班活动，为黄浦、静安、闵行三个区的小学生提供 23 场多样化的爱心课程，包括美术绘画、国防思政、心理健康教育等，爱心暑托班受益学生近 600 人次，丰富了孩子们的暑期生活。

### 案例 云南腾冲市上海希望小学爱心助学

公司持续履行社会责任，支持教育事业的发展，向云南腾冲市上海希望小学提供助学金。

在 2025 年“3.5”学雷锋日，公司继续举办“新华 e 启爱”线上义卖活动，并在上海书城福州路店设置新华公益便民集市。线上线下义卖所得共计 6,003.80 元善款，其中 4,401.09 元善款连同公司 5 万元捐款在 2025 年已援助给云南腾冲新华希望小学；剩余善款将在 2026 年继续援助学校以期改善学生学习环境。

此外，公司继续组织党员干部 10 人与学校贫困生继续开展一对一结对，助学筑梦。



### 案例 广西爱心助学活动

2025 年 1 月，由《上海学生英文报》组织的 23 名中学生志愿者前往广西壮族自治区桂林市恭城瑶族自治县莲花镇凤岩村，与当地志愿者组织一起，为村子里的儿童举办爱心趣味冬令营。志愿者们总计为近 100 名当地儿童提供了 72 节、总计 36 小时的趣味课程，包括手工、美术、音乐、文学、国际象棋、外语等多元丰富的内容，给孩子们带去了知识与温暖的陪伴。



解放教育广西支教

## 税务贡献

公司坚持依法合规纳税，完善税务风险防控与管理机制，搭建税务管理架构，通过不定期税务自查、信息化管控提升合规水平与管理质量，依托费控系统实现费用报销与发票合规的前置审核及流程化管理。



### 系统管控

新华连锁逐步完善费控系统，可校验发票真伪、报销标准及时限，防范虚假及重复报销；同时实施与税务系统直联的电子发票系统，简化流程，提升税务管理效率与安全性。



### 财务培训

公司开展财务培训，持续强化相关岗位人员的合规意识与业务能力，为税务管理的规范运行提供支撑。截至报告期末，公司（含合并范围内母子公司）共有 29 人通过线上及线下方式参加了财务及管理等方面的知识培训，培训时长累计共 806 小时。其中有 21 人参加了培训机构举办的线下培训，培训时长共 304 小时。

	2023 年	2024 年	2025 年
缴纳税费 (万元)	1,777.81	2,895.99	4,381.74





# 生态同行 共筑绿色家园

## 理念

新华传媒始终以可持续发展作为企业行为的衡量准则，全面践行绿色环保理念，在经营活动、工程建设、日常办公等方面均高度重视节能减排、低碳环保、高效利用，促进资源的再循环与可持续发展。

## 我们的行动

- 守护环境，构筑绿色屏障
- 节能增效，驱动绿色未来
- 精益管理，资源循环再生
- 应对气候，守护自然之美

## SDGs 对标



# 04

# 守护环境，构筑绿色屏障

新华传媒将绿色环保理念始终贯穿于公司的战略、运营和企业文化中，与员工、客户和供应商共同推动环境责任的履行。公司结合自身业务运行管理情况，从气候变化、能源、资源和生物多样性保护等方面制定了管理政策，推动绿色可持续发展。

## 我们的承诺



我们将在公司经营活动中践行绿色环保理念，促进可持续发展。



我们将致力于宣传与推广资源的循环利用。



我们将重构产品系统，促进对环境更为友好经营方针和政策。



我们将推动自身运营和价值链的良好环境实践，建立广泛的合作伙伴关系。

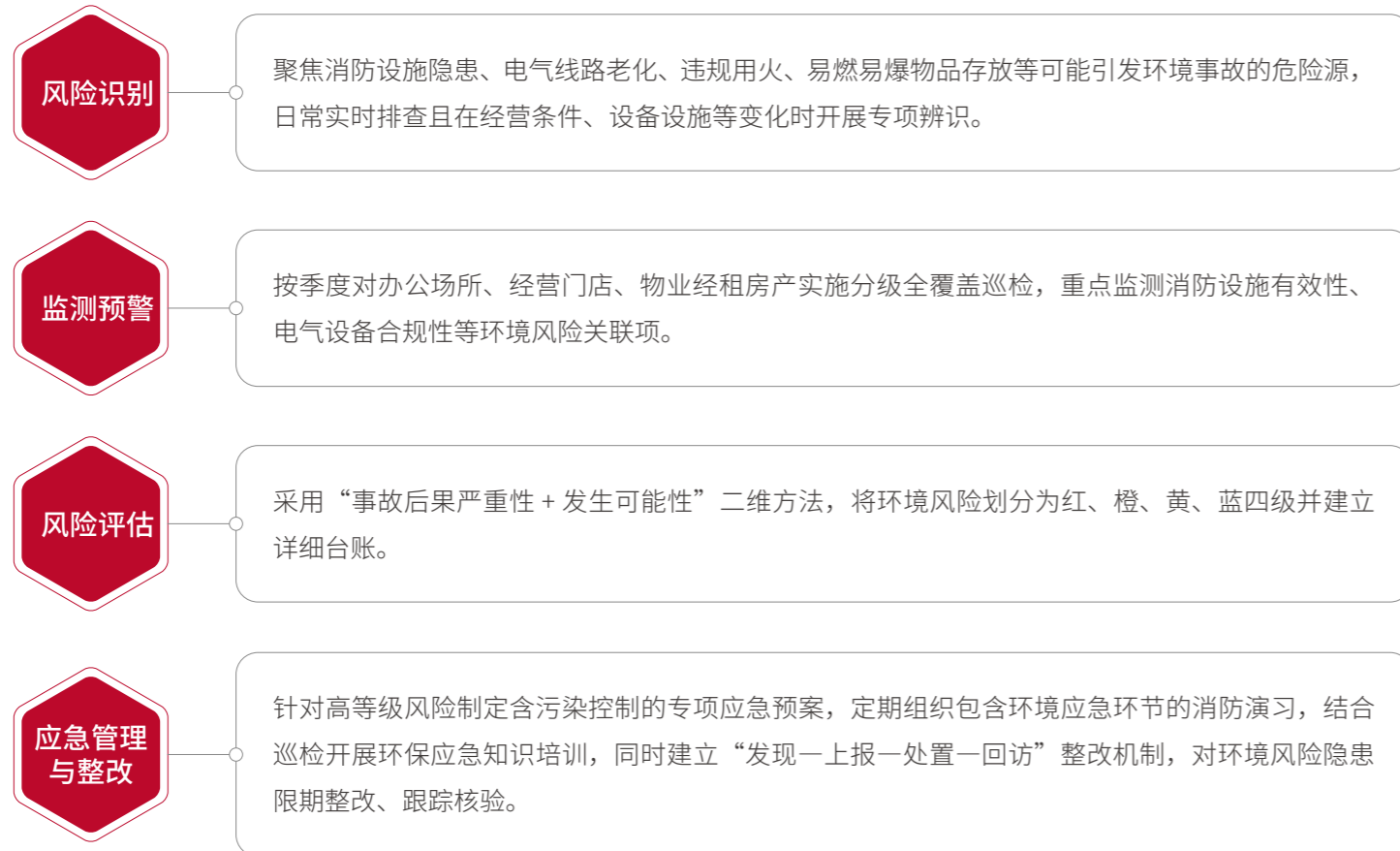


我们将在业务管理中纳入 ESG 管理指标考核，来推动实现整体目标的完成。

## 环境应急管理

公司将环保预警与应急管理融入整体安全管控体系，依托《平安建设巡检制度》《危险源辨识、风险评估和风险控制办法》，构建了“风险识别—监测预警—评估分级—应急处置—整改闭环”的全流程管理机制。

### 环保预警与应急全流程管理机制



### 报告期内

公司转发上级有关部门相关安全工作提示

**50** 次

气象预警及时传达信息

**315** 次

领导带头开展平安建设工作专项检查

**4** 次

一线人员开展日常安全检查

**485** 次

持续完善应急培训、演练，开展工作相关普法宣传培训、安全意识培训

**2** 次，消防演练 **1** 次

培训及演练覆盖公司及下属单位平安建设工作负责人及相关一线人员

**120** 人次



## 环保宣贯活动

作为国有文化传媒企业，新华传媒始终将环保宣传视为自身应尽之责。对内，公司策划并组织开展了春节低碳出行倡议、树木认养公益行动、环保主题有奖征集等一系列活动，借助形式多元、内容充实的环保实践活动，激励员工踊跃投身环保行动，切实增强其在日常工作与生活场景中的环保意识。对外，公司充分发挥文化传媒领域的专业优势，在举办非遗活动时全面采用“种子纸”，以切实的举措，积极为市民群众营造绿色环保的优质氛围。

### 报告期内



公司开展环保相关活动

**9** 场



参与人次共计

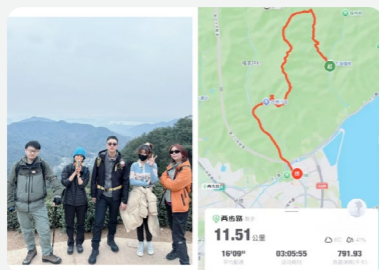
**2,000** 人



## 对内活动

### 案例 “‘碳’索新春，共享年味” 春节低碳出行

2025 年 1 月，公司团委在团属“新花怒放”公众号上发布了“‘碳’索新春，共享年味”春节主题征集活动，活动旨在向公司全体员工征集在春节期间走亲访友、出行游玩时选择公共交通工具、步行或骑行等减少碳排放的出行方式的影像与其他节庆民俗的内容。截至 2 月 12 日，共收到 17 篇投稿作品，发放奖励共 2,868 元，推送内容点阅率 500+ 人次，号召更多员工在节假日期间选择践行绿色低碳的生活方式。



“‘碳’索新春，共享年味”  
春节主题征集活动

### 案例 环保星（新）人有奖征集

2025 年 11 月，公司党委、公司团委联合发布了“新华传媒环保星（新）人有奖征集活动”。活动征集至 12 月 16 日。此次活动投入资金 30,008 元。该活动旨在通过“低碳出行”“绿色工位”“知识‘碳’寻”等三个征集项目，进一步推进公司高质量发展，推动更多员工响应公司 ESG 建设各项要求，践行绿色环保理念，促进资源的再循环与可持续发展。



新华传媒环保星（新）人有奖征集

### 案例 树木认养贡献绿色力量

2025 年 3 月 12 日植树节当天，公司团委参与了上海共青森林公园的树木认养活动，投入 800 元分别认养了樱花、桃树、紫薇和海棠四种树木，为绿化事业贡献出公司的一份力量。同时，在团属“新花怒放”公众号发布了“三月环保节日日历”，引导更多员工从保护野生动物到节约用水，从健康饮食到关注气象变化。此次行动不仅体现了公司对公益环保的坚定承诺，也为上海市容环境增添了一抹绿色。



树木认养活动证书

## 对外宣传

### 案例 以“漆扇+文创”绘就绿色书香画卷

2025 年 3 月，公司助阵在东方明珠塔城市广场举办宣传系统文化公益市集。其中，“非遗漆扇手作体验+图书文创”展销活动设计的“新华文化空间手绘地图”种子纸，以绿色环保的理念，不仅号召更多市民加入到保护环境、减少碳排放的行动中来，还显现了新华传媒旗下的 12 家特色门店，生动展现了责任担当与企业风貌，传送了绿色与书香。



新华文化空间手绘地图”种子纸

# 节能增效，驱动绿色未来

新华传媒采取相应的措施，携手利益相关方，共同提升能源利用效率，降低能源消耗：



设立合理的能源(电、水)使用目标，并实现长期落实。



在门店投资、开发、设计、建造、运营等环节中，充分考虑能源效益和环境保护。



推广使用能源管控监测平台系统，实时追踪能效数据与表现。



对照明系统、IT 等设备进行优化升级，推广使用 LED 节能灯。



面向员工开展节能倡导和教育，倡导节约用电、用纸、用水等资源，提升节能意识。



定期公布在节能方面的举措和绩效。

## 报告期内

公司主要耗能的运营点用电量共计

**5,620,129.11** 千瓦时

汽油消耗量为

**23,264.16** 升

柴油消耗量为

**56,382.47** 升

说明：结合公司实际耗能情况，此次披露数据为公司主要耗能运营点，其中用电量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店（不包括外租地点）、房报传媒办公区及上海书城福州路店；汽油消耗量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店；柴油消耗量覆盖运营点为新华连锁物流部门、销售部门。

公司制定《公务用车使用管理规定》《上海书城节能环保管理制度——节水篇、节电篇》结合自身实际情况，开展节能节水工作，报告期内公司对核心设备进行购置与更新工作，具体开展情况如下：

## 设备购置与更新

- 购置了 4 台超融合集群主机。
- 更新原有各类内部管理系统的独立服务器主机共计 6 台及多计算机切换器 2 台，有效降低机柜内设备总额定负载 5%，同时提升超融合集群总计算资源 40%，实现了节能改造和集中管理的目标。

# 精益管理，资源循环再生

新华传媒积极践行绿色发展理念，推进资源精益化管理与循环利用工作。公司通过科学优化资源配置结构、提升水资源利用效能，同时严格落实垃圾分类制度并强化回收再利用举措，提升资源整体利用效率，切实降低运营过程中对环境产生的负面影响。

## 资源管理

新华传媒采取一系列切实可行的举措，提高水资源以及各类资源的利用效率，通过制定科学合理的资源使用目标，面向全体员工广泛开展节约资源的宣传倡导与教育活动，引导员工树立节约意识。

### 报告期内



公司主要耗水的运营点用水总量为  
**35,051.28** 立方米

较 2024 年节约用水



**22,970.90** 立方米

说明：结合公司实际耗水情况，此次披露数据为公司主要耗水运营点，用水总量覆盖运营点为新华连锁办公区及各门店（不包括外租地点）、上海书城福州路店。

## 污染物与废弃物处理

新华传媒坚持固体废物“减量化、无害化、资源化”原则，在运营过程中高度重视环境保护，从公司本部到新华连锁门店，再到上海书城，均构建了全面且细致的废弃物及污染物管理体系，涵盖可回收无害废弃物、不可回收无害废弃物、有害废弃物管理，以及噪声、光、扬尘、油烟等其他污染物管理。

### 废弃物管理体系



#### • 可回收无害废弃物

包括废纸类、废家具、废金属类，定点集中，分类后交由物业公司统一处理，公司旗下的新华连锁物流中心在开展图书配送工作时，主动地对包装物流材料进行回收再利用



#### • 不可回收无害废弃物

存放在指定垃圾桶，由物业公司每天清运



#### • 有害废弃物

定点放置，由物业公司定期统一处理

### 报告期内



公司图书板块可回收报废书籍

**17.06** 吨

# 应对气候，守护自然之美

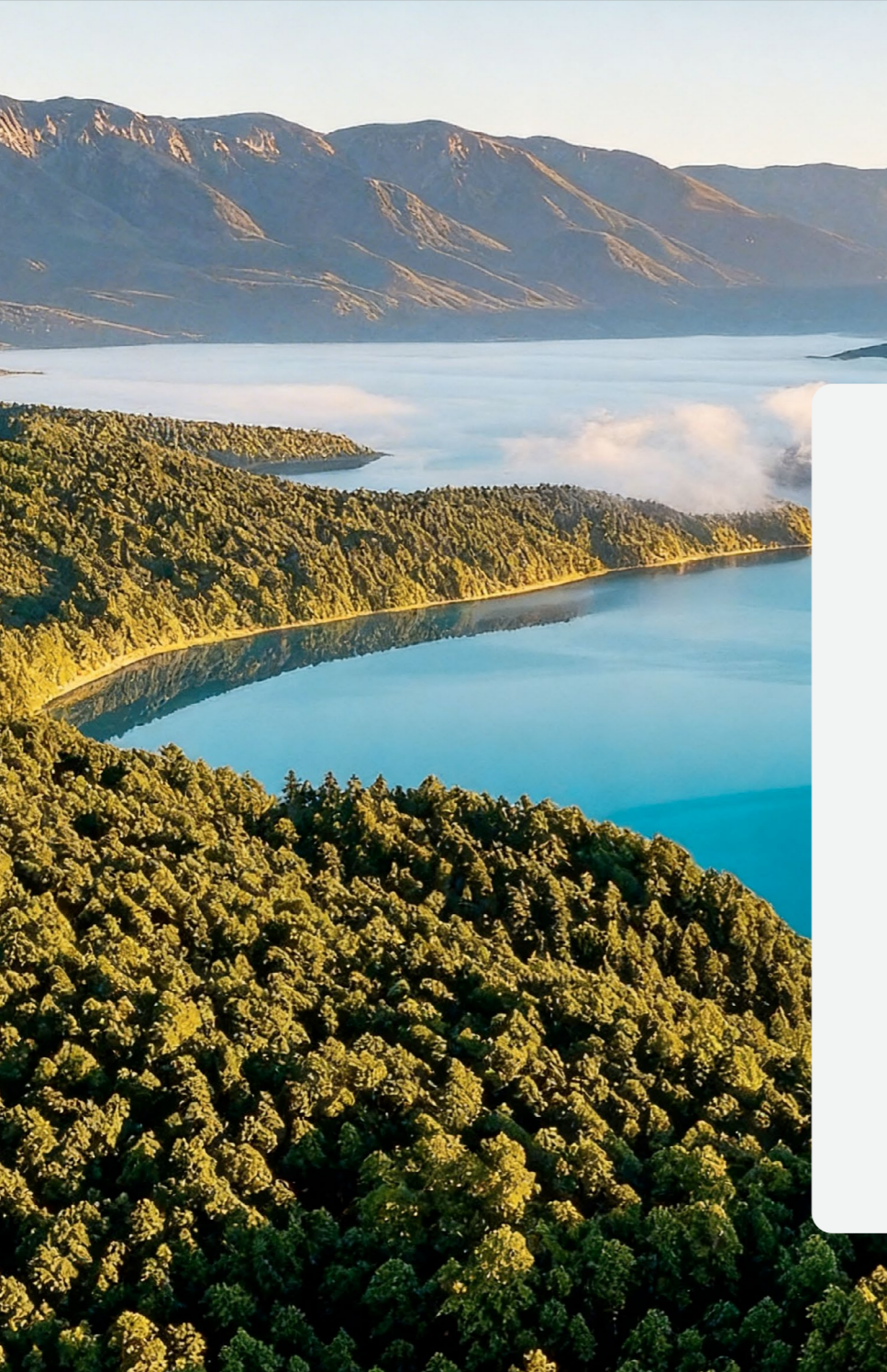
新华传媒积极应对气候变化，建立防汛防台领导小组，完善防汛防台的应急机制，全力打造低碳标杆建筑，有效抵御气候变化带来的风险；同时，高度重视生物多样性保护，以实际行动践行生态责任，为“双碳”目标的达成以及人与自然和谐共生贡献力量。

## 应对气候变化

针对气候变化风险，公司依据《中华人民共和国突发事件应对法》《中华人民共和国防洪法》《上海市防汛条例》《上海市突发公共事件总体应急预案》等法规，制定了《防汛防台应急处置预案》《防台防汛应急预案》，有效应对发生在公司所辖范围内的台风、暴雨、高潮、洪水、灾害性海浪以及损害防汛防台设施等突发事件。

### 防汛防台领导小组架构





公司秉持预防为主，防救并重，通过日常防范来降低潜在风险。公司与上海市气象服务中心构建了紧密的工作联系机制，能够及时获取气象灾害等预警资讯，并迅速提醒员工提升安全防范意识。此外，公司旗下的各子公司每年都会依据不同的特殊气候状况，紧密结合自身实际运营情形，有针对性地对应急预案进行更新完善。公司下属上海书城所制定的自然灾害应急预案，除涵盖防汛防台相关内容外，还包含水灾紧急应对流程、防寒防冻天气紧急处置流程以及地震紧急处理流程。

### 防汛防台应急机制

#### 预警响应

- 关注预警，防范隐患：组织人员排查整改，消除高空坠物等风险
- 加强排水设施维护：提前检查供配电房、地下空间等重点区域，做好维修保养
- 落实防暴雨措施：排查重要部位隐患，确保安全运行



#### 应急处置

- 紧急停工应对：遇台风或洪涝，立即停止生产，启动应急预案
- 快速响应处置：负责人第一时间赶赴现场组织处理并报送信息
- 协同救援保障：必要时寻求外部救援，确保安全后配合行动
- 及时医疗救助：如有伤亡，立即联系 120 急救



#### 善后工作

- 应急解除后迅速恢复正常秩序
- 修复基础设施，清点损失
- 排除积水，开展消毒灭菌
- 预防次生灾害，降低后续影响



#### 总计汇报

- 总结经验教训：全面复盘突发事件，查找问题和不足
- 持续改进提升：将总结报告报送公司防汛防台小组，为进一步优化防汛防台工作提供参考



## 生态系统与生物多样性保护

新华传媒基于联合国可持续发展目标 (UN SDGs)、《生物多样性公约》(CBD) 的《昆明 - 蒙特利尔全球生物多样性框架》以及中国生态文明建设战略生物多样性保护理念, 致力于落实生物多样性保护实践, 用心守护地球生态系统的平衡:



避免在重要生态保护区域及附近开展与保护生态无关的经营活动, 确保栖息地和生物多样性保护的完整和有效。



在公司线下书店、线上平台推出自然科普相关的书籍类产品和服务, 提升公众对生物多样性价值的认识和理解, 促进更广泛的伙伴参与。



鼓励下属子公司自行开展或参与生物多样性保护的项目和活动, 携手合作伙伴共同实现生态保护。

### 案例 守护国宝, 感悟生命多样性

2025 年 7 月, 在《上海学生英文报》的组织下, 23 名中小学生志愿者奔赴四川成都, 投身于大熊猫保育实践活动。在工作人员的引领下, 志愿者们于中国大熊猫保护研究中心都江堰基地, 认真为熊猫筹备食物、细致打扫工作区域, 还学习运用咬节分析法采集熊猫健康数据。通过这些实践活动, 他们对大熊猫保护研究工作有了更深入地认知, 也对生物多样性保护的重要性有了更进一步地体会。



四川大熊猫保育活动



公司举办自然笔记作品展, 吸引自然爱好者、学生及艺术创作者参与, 作品既生动描绘自然百态, 还融入创作者对生态环境的思考与反思。



# 卓越治理 共促稳健发展

## 理念

新华传媒严格遵守国家法律法规和相关监管规定，以诚信合规为企业运营基石，以党建引领企业高质量发展，持续完善治理架构，实施数字化转型，加强风险内控，多措并举提升企业现代化治理水平，促进企业长期稳定、可持续发展。

## 我们的行动

- 党建引领，凝聚治理合力
- 完善治理，提升决策水平
- 透明披露，深化投关管理
- 合规为基，筑牢风控屏障
- 诚信立业，恪守商业道德
- 数智赋能，驱动高效运营

## SDGs 对标



# 05

# 党建引领，凝聚治理合力

新华传媒彰显党组织“把方向、管大局、保落实”的引领效能，全方位贯彻新时代中国特色社会主义思想，全方位落实上级党委的各项要求，坚持推动党委核心领导与治理程序实现有机融合，运用“双向进入、交叉任职”的模式，积极促进党建工作与业务工作深度融合、相互贯通，打造推动企业治理高质量发展的红色动力引擎。

## 截至报告期末

现有下属党委

1 家

二级党支部

12 家

直属党支部

5 家

中共党员

250 名

## 案例 持续培育“i 上党课”品牌

公司持续培育“i 上党课”品牌，通过“听”“行”“浸”“讲”四种形式，增强党性教育的生动性与感染力，深度激发党员的学习兴趣与热情，提升党员参与度。报告期内，公司共开设 11 节课程，通过教育引领广大党员将学习成果转化为破解业务经营难题、推动企业党建发展。

### “i 上党课”教育形式

听

“听”专家讲座，汲取前沿理论与专业知识

行

“行”走访参观，于实地感悟中拓展视野

浸

“浸”入沉浸式项目体验，深度触动思想与心灵

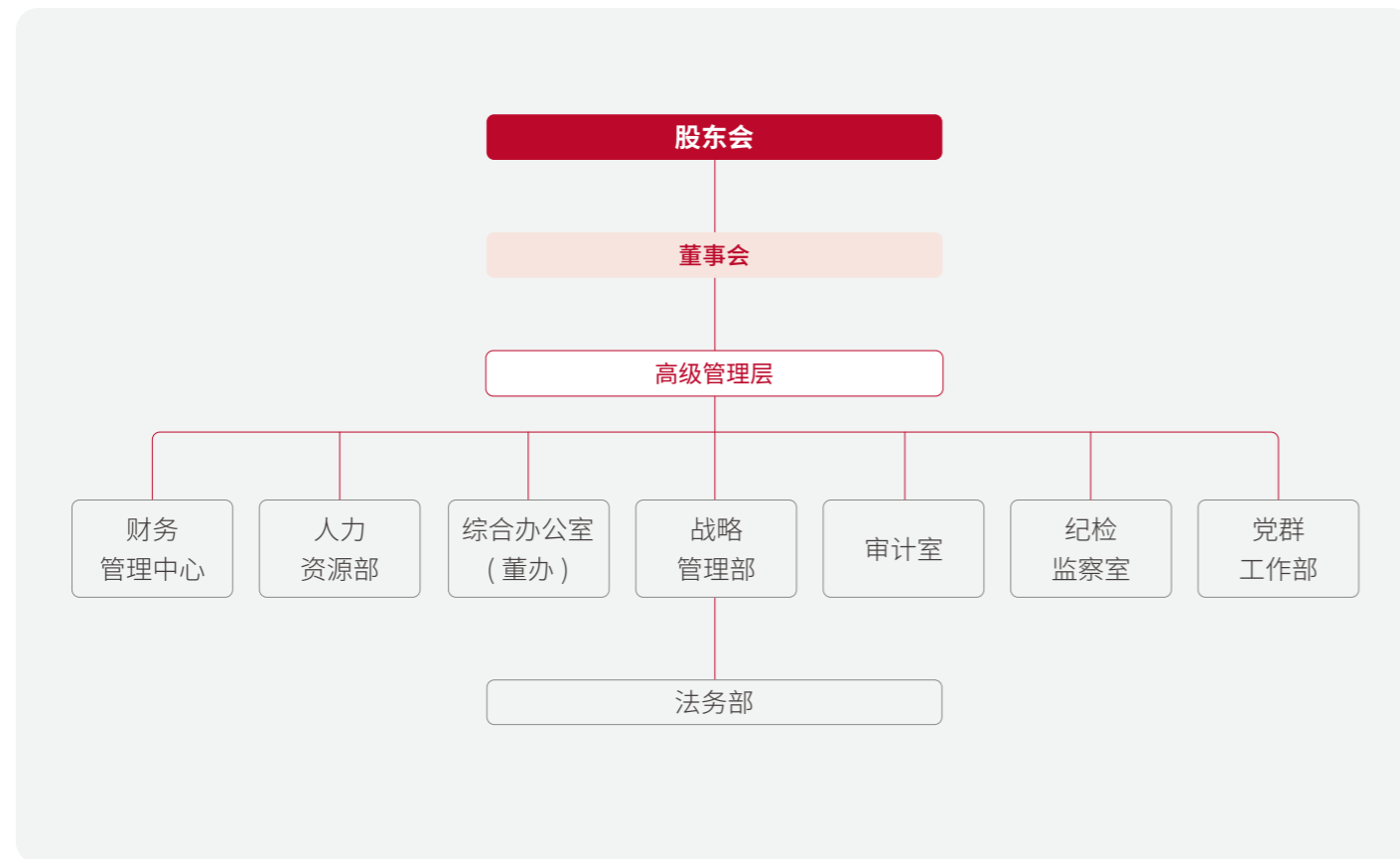
讲

“讲”由公司党员干部与普通党员走上讲台，分享经验智慧

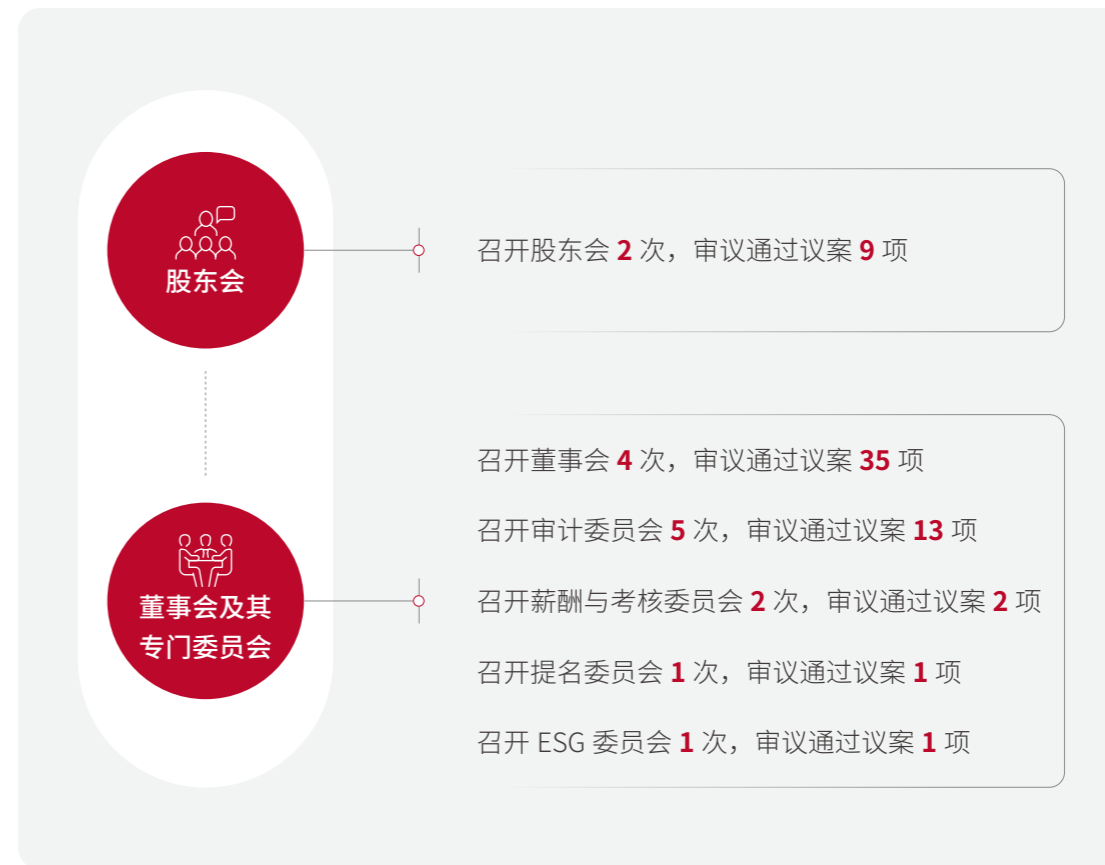
# 完善治理，提升决策水平

新华传媒始终秉持严谨态度，严格恪守国家法律法规以及监管部门提出的各项要求，持续对企业治理结构进行优化升级；完善股东会、董事会和经理层之间相互制约、彼此协调的管理机制，清晰界定各主体的权力与责任，确保其各安其位、各尽其责，以实际行动切实保障投资者以及公司利益相关方的合法权益。

## 公司管理本部治理架构



## 股东会与董事会运行情况



## 董事会组成

公司董事会下设立了战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会以及 ESG 委员会，各专门委员会均严格依照公司治理准则和内部控制制度的要求，规范有序地开展运作。此外，公司董事长与总经理职务分设的制度安排，严格遵循《董事长工作细则》《总裁工作细则》的相关规定来履行自身职责，保障公司稳健规范发展。

### 多元化与专业性



- 公司董事会共有董事 9 名，其中独立董事 3 名，女性董事 2 名；
- 董事会成员经验丰富、专业互补，背景涵盖新闻、广告、地产、投资、法律和审计等领域，通过技能、专业知识、经验的恰当组合，为董事会的决策提供专业且有力的支持，以适应公司发展的要求。

### 独立性



- 公司审计委员会共计 3 人，由 2 名独立董事、1 名非执行董事构成；
- 提名委员会、薪酬与考核委员会均由独立董事担任召集人且占多数，以更好地发挥独立董事的监督决策作用。

## 董事和高级管理人员薪酬机制

公司董事薪酬标准由股东会审议决定，公司董事分为执行董事、非执行董事和独立非执行董事。其中：非执行董事不以董事职务取得报酬；执行董事的年度基本薪酬根据其所兼任的高管职务确定；独立非执行董事津贴按月发放。

公司对高级管理人员实行年薪制，依据《高级管理人员薪酬考核制度》，于年初设定考核目标，年末根据完成情况实施奖惩。为确保机制有效运行，公司设立了以独立董事占多数并担任召集人的董事会薪酬与考核委员会。该委员会依据《董事会薪酬与考核委员会实施细则》，按年度考评高管绩效，提出报酬及奖励方案，持续完善公司的绩效评价与激励约束机制。



# 透明披露，深化投关管理

公司持续优化投资者沟通与信息披露机制，拓展沟通渠道，切实维护股东、特别是中小股东的知情权，提升信息披露的透明度。在制度制定方面，公司制定《信息披露管理办法》《投资者关系管理制度》等政策文件，增进投资者对公司的了解，保护投资者的合法权益。

## 报告期内

公司披露各项挂网文件

**84** 项

临时公告

**23** 项

通过上证 e 互动平台回复投资者问题

**45** 个

答复率

**100%**

组织开展线上、线下投资者沟通活动

**3** 次



## 公司投资者沟通渠道

定期报告与临时报告

网上业绩说明会

股东大会投资者交流会

上证 e 互动平台

证券事务邮箱

投资者热线电话

券商策略会

实地调研

线上会议



# 合规为基，筑牢风控屏障

新华传媒依据《企业内部控制基本规范》及其他监管要求，建立健全并有效实施风险管理及内部控制机制，以保障经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，以提高经营效率和效果，以促进实现发展战略为目标，严格按照国有企业风控和廉政纪律规范开展业务和相关活动，以满足上市公司内控和国有企业风控相关法律法规和操作规范的双重要求。

## 治理

公司始终坚持依法治企与合规运营，制定《法律事务管理制度》《财务管理制度》《资金管理制度》《控制手册和制度汇编（2025）》等政策，从多方面保障经营活动依法合规开展。在治理架构层面，公司以董事会为最高责任主体，通过由独立董事主导的审计委员会及其下设审计工作组，形成权责清晰、独立专业的内部审计与风险合规治理架构，保障合规监督的有效性与独立性。

## 战略

新华传媒在合规治理领域系统识别出合规、内部控制有效性、治理监督独立性、违法违规与处罚以及信息披露等五大类核心风险，涵盖多重监管要求协调、内控运行有效性、监督机制独立性、合规处罚防范及信息披露规范性等方面问题。这些风险均会对企业自身运营产生直接影响，短期内易引发合规偏差、治理失效或声誉受损等不利后果。为此，公司制定并持续落实针对性应对措施，全力保障合规治理有效运行，夯实企业可持续发展的制度基础。

### 新华传媒合规治理风险

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	影响价值链环节	影响的时间范围	应对措施
合规风险	公司需同时满足上市公司内控要求与国有企业风控、廉政纪律等多重监管要求，治理复杂度较高，若制度执行不到位，可能引发合规偏差。	自身运营	 短期 中期 长期	依据《企业内部控制基本规范》，持续完善并落实风险管理与内部控制机制。
内部控制有效性风险	内控体系覆盖范围广，涉及财务与非财务领域，若识别或评估不充分，可能影响风险防控效果。	自身运营	 短期 中期 长期	定期结合规模、行业特征及风险偏好开展系统性风险识别与评估。
治理监督独立性风险	若审计与监督机制独立性不足，可能削弱合规监督的客观性与权威性。	自身运营	 短期 中期 长期	由董事会承担最高责任，设立以独立董事为主导的审计委员会及审计工作组。
违法违规与处罚风险	行政处罚、刑事风险及争议案件处理不当，可能对公司经营和声誉造成不利影响。	自身运营	 短期 中期 长期	加强处罚风险防范，规范争议案件核查与信息披露流程。
信息披露合规风险	股东核查、财务及非财务信息披露不充分或不及时，可能影响市场信任。	自身运营	 短期 中期 长期	严格执行披露制度，完善核查流程，确保信息真实、完整。

针对已识别的合规治理风险，公司在具体实践中持续细化并落实应对举措：一方面，注重行政及刑事处罚的防范，致力于公司治理的完善、组织股东核查及披露工作，认真做好争议案件的核查及披露；另一方面，通过定期识别和评价合规义务，对合规风险进行动态预警并及时应对，采用合规风险的嵌入式审查机制，强化重点人员的合规管控，并建立合规管理报告途径，全方位构建起严密的合规运营体系，以有效应对各类潜在风险与挑战，保障公司稳健、有序发展。

## 影响、风险和机遇

公司每年度结合自身规模、行业特征、风险偏好和风险承受度等因素，对商业道德、环境影响、企业治理、经营违规、企业声誉等 ESG 相关风险进行积极识别与评估，区分财务报告内部控制和非财务报告内部控制，并由外部机构出具鉴证报告后，经董事会审议通过。各项风控指标均会纳入各子公司负责人年度经营责任书进行年度打分或一票否决考核，通过内控体系的切实运作，保障企业稳健、可持续发展。

### 指标和目标

公司合规治理以坚守上市公司内控与国有企业风控双重底线、实现合法合规运营为核心目标，聚焦健全风险防控体系、强化治理监督效能、完善全流程合规管理机制，把控合规制度执行率、内控缺陷整改率、信息披露合规率，确保合规监督到位、风险预警响应及时、内控执行到位，保障公司稳健发展。

# 诚信立业，恪守商业道德

新华传媒将商业道德建设置于重要位置，成立纪检监察室，对公司反腐败、反贿赂工作履行监督管控职责。此外，公司制定出台了《“三重一大”决策制度实施意见》《重大项目党风廉政监督管理工作若干规定》《领导人员履职待遇、业务支出管理实施细则》等政策文件，通过这些举措强化作风纪律建设，对商业道德的行为进行规范化管理。

## 报告期内

公司受理、回复、办结各类信访件 **2** 件，受理回复率达 **100%**，未发生贪污腐败事件；新华连锁高管及直管中层干部签署廉洁承诺书 **36** 人，签署率达 **100%**

对于重大项目坚持“谁主管、谁负责”的原则，建设项目实施管理的第一责任人也是项目党风廉政建设的第一责任人。



牵头开展廉政教育活动，召开廉政教育会议，对关键岗位负责人进行提醒谈话，强化廉政责任意识，明确廉政建设要求，签订《项目廉政建设责任书》。



强化对项目关键环节管控，防范化解廉政风险。加强对制度执行情况的重点监察和合规监督。对相关合作方进行廉政交底，考察其廉政制度建设和廉政规定的知晓程度，前移廉政建设。



## 重大项目党风廉政监督管理工作要求



建立项目党风廉政建设责任制检查考核机制，结合年度考核工作开展检查考核。实行廉政建设一票否决制。



公开信访接待、受理渠道，对信访进行核查处理。如反映情况属实，将按照相关规定进行及时严肃处理。



在监督管理过程中如发现重大问题线索，应及时向公司纪委、纪检监察部门报告，如发现隐瞒不报、权谋私利、庇护他人或涉嫌违纪违法的，将按规定追究相关人员责任。



## 公司举报渠道

专用举报电话：021-60376257



## 举报人保护机制

公司制定并完善举报人保护相关规定，由专人负责受理举报线索，并对公用举报邮箱、举报材料进行保密处理，对举报人的姓名、工作单位、电话邮箱等个人信息及举报内容严格保密，切实保护举报人的合法权益。

## 反商业贿赂及反贪污

公司在严格遵守商业道德的同时，全面贯彻落实中共中央《关于加强新时代廉洁文化建设的意见》精神，深入抓好新时代廉洁文化建设，积极向社会倡导廉洁文化。报告期内，公司开展《上海新华传媒廉洁文化三年行动计划建设工作项目（2025-2027）》，切实把廉洁文化建设融入公司宣传思想文化工作中。同时，公司加强对供应商、合作商户和租赁户廉洁的控制措施，在合同条款中设有廉政责任相关条款，确保公司的廉洁工作覆盖相关供应商、合作商户和租赁户。

### 新华传媒各子公司与供应商、合作商户和承租户的廉洁签署书



#### 房报传媒

与承租户签订《廉洁协议书》。



#### 新华连锁

与相关供应商签订《廉洁从业保证书》；  
采配中心制定《采购反行贿管理办法》。

#### 报告期内

公司开展反商业贿赂及反贪污培训

20 场

参与

560 人次

覆盖

100% 管理层人员

共计

18 小时

培训覆盖

100% 非独立董事



### 案例 百年家风传薪火 沪上书展话清廉

2025 年 4 月至 10 月“家风中的红色基因从家书中见百年家风”红色家书特展以及“家书家训话清廉”主题特展于上海书城五角场店、江南书局·青溪之源、江南书局·书的庭院三家书店顺利开展。展览活动由上海报业集团纪委指导、上海新华传媒股份有限公司主办。本次双展的成功举办，不仅是一次对红色基因的深情回望与对清廉文化的深刻溯源，更是一次面向未来的生动实践。它展示了优良家风是穿越时空的宝贵财富，是成风化人的重要力量，展览虽已落幕，但其精神的火炬将不断传递。



双展会现场

### 案例 廉洁书架进机关 清风书香伴履职

为深入贯彻落实新时代廉洁文化建设的重要指示精神，把新时代廉洁文化建设融入党的宣传文化工作、融入习近平文化思想最佳实践地建设，新华传媒为上海市市级机关大沽路 100 号、人民大道 200 号以及世博村路 300 号三个工作场地设计制作廉洁书架，方便机关工作人员学习、阅读，进一步增强党员干部廉洁从政、廉洁用权、廉洁修身、廉洁齐家的思想自觉。



街道廉洁书架

### 案例 警钟长鸣守初心 廉洁铸魂担使命

观看警示教育片对于加强党风廉政建设、增强党员干部的廉洁自律意识、促进反腐败斗争以及推动形成良好的社会风气都具有重要意义。6月30日下午，新华传媒党政领导班子成员、中层干部，党组织书记以及党员代表共 200 余人，集中观看了《重典施治、莫让年轻有为变“妄为”》的警示教育片。新华连锁各级党支部通过“三会一课”组织党员 175 人次，观看 2025 年度廉政教育系列参考片。



廉洁警示教育片

## 反不正当竞争

公司贯彻落实《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》等相关规范性文件及《反不正当竞争合规指引》《反垄断合规指引》等规定，加强自律，自觉遵守反垄断法律法规，强化公平竞争意识，促进良好的市场竞争氛围。

### 报告期内

公司涉及因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚 0 起，未收到有关不正当竞争的投诉和举报。



# 数智赋能，驱动高效运营

新华传媒持续完善数据治理体系，开展企业数据储存及数据计算平台等相关基础建设，打通各项系统数据汇聚与交换渠道，通过数字化建设提升工作效率，实现企业高效运营。

## 数据治理与建设举措

### 推进数据基础平台建设

- **数据存储及计算平台：**自 2022 年开始，公司整合数据存储与计算平台资源，在本地机房建设公司超融合计算平台，在云端建设公司云计算服务平台，实现统一运维管理，提升系统运维效率与资源利用率，并实现核心系统的灾备恢复能力，确保数据存储平台安全稳定，夯实数据存储计算资源底座。
- **数据服务平台：**自 2016 年开始，通过实施国家文化产业发展专项资金扶持的“CNONIX 标准创新应用”项目，建设完成符合中国出版物信息在线交换 CNONIX 标准的数据服务平台。平台不仅包含基于 CNONIX 标准的出版物产品信息数据库，而且还有基于 CNONIX 标准的出版物流通信息（发行和零售）数据库。

### 促进数据汇聚互通

- 公司持续建设完善图书供应链系统数据汇聚与交换平台。平台抽取并汇聚图书供应链中采购、物流、销售等各板块业务系统的生产数据，根据业务需要以不同维度进行汇总分析。平台实现采购、物流、门店、供应商等多个板块业务系统之间的数据互通交换，各系统以“采购配发”为核心，交换包括商品信息、采购、到货、发货、库存、销售等业务数据。

### 完善数据治理体系

- 对图书商品数据、图书 MARC 数据建立统一规范及管理流程，开展数据的采集、编辑加工、审核等工作，形成规范、丰富的图书商品数据资产，服务于门店、电商、馆配等各个业务经营板块，同时对外提供数据输出，服务于馆配、团购等各类政企客户以及合作伙伴。
- 将各业务系统数据抽取、清洗、存储到数据中心，结合数据分析模型，形成统一的经营分析数据库，服务各业务经营板块。

# 关键绩效表

指标	单位	2025 年
<b>能源消耗<sup>1</sup></b>		
电力	千瓦时	5,620,129.11
汽油	升	23,264.16
柴油	升	56,382.47
<b>水资源消耗<sup>2</sup></b>		
用水总量	立方米	35,051.28
<b>废弃物排放<sup>3</sup></b>		
固体废弃物回收利用处置总量	吨	17.06
<b>员工构成</b>		
员工总数	人	1,168
30 岁以下	人	114
30-50 岁	人	822
50 岁以上	人	232
女性	人	549

指标	单位	2025 年
<b>员工构成</b>		
男性	人	619
汉族	人	1,156
少数民族	人	12
销售人员	人	628
技术人员	人	71
财务人员	人	53
行政人员	人	348
其他人员	人	68
本科及以上学历	人	527
专科	人	447
高中及以下	人	194
<b>员工雇佣</b>		
新进员工总数	人	48
员工流失率	%	9.6

注：<sup>1</sup> 结合公司实际耗能情况，此次披露数据为公司主要耗能运营点，其中用电量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店（不包括外租地点）、房报传媒办公区及上海书城福州路店；汽油消耗量覆盖运营点为新华传媒总部办公区、新华连锁办公区及各门店；柴油消耗量覆盖运营点为新华连锁物流部门、销售部门。

<sup>2</sup> 结合公司实际耗水情况，此次披露数据为公司主要耗水运营点，用水总量覆盖运营点为新华连锁办公区及各门店（不包括外租地点）、上海书城福州路店。

<sup>3</sup> 结合公司实际废弃物排放情况，此次披露数据为公司可回收报废书籍总量。

指标	单位	2025 年
<b>员工培训</b>		
培训投入总额	万元	48.00
接受培训的员工覆盖率	%	64
性别划分：接受培训的男性员工	%	43.60
性别划分：接受培训的女性员工	%	56.40
类型划分：接受培训的基层员工	%	61.35
类型划分：接受培训的中级管理层员工	%	84
类型划分：接受培训的高级管理层员工	%	100
员工培训平均时长	小时 / 人	6
性别划分：男性员工接受培训的平均时长	小时 / 人	6.8
性别划分：女性员工接受培训的平均时长	小时 / 人	5.9
类型划分：基层员工接受培训的平均时长	小时 / 人	5.75
类型划分：中级管理层员工接受培训的平均时长	小时 / 人	20.5
类型划分：高级管理层员工接受培训的平均时长	小时 / 人	7.7
<b>员工关怀</b>		
员工关怀投入总额	万元	2,266.03
困难员工帮扶	人次	91

指标	单位	2025 年
<b>员工关怀</b>		
产假员工返岗率	%	100
育儿假员工返岗率	%	100
<b>职业健康安全</b>		
职业健康类保险覆盖率	%	100
职业健康类保险投入总额	万元	139.65
职业健康体检覆盖率	%	100
安全生产投入总额	元	16,916.78
安全生产培训次数	次	4
安全生产培训员工参与人次	人次	4,520
安全生产培训员工覆盖率	%	100
安全生产培训总时长	小时	10,960
因工死亡人数	人	0
工伤人数 (轻伤)	人	3
因工伤害率	%	0.27
因工伤损失工作日数	日	120.5
百万工时损工事故率 (LTIR)	起 / 百万工时	1.37
百万工时可记录事故率 (TRIR)	起 / 百万工时	1.37

# 指标索引

## 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）》指标索引

披露议题	报告章节
应对气候变化	应对气候，守护自然之美
污染物排放	精益管理，资源循环再生
废弃物处理	精益管理，资源循环再生
生态系统和生物多样性保护	应对气候，守护自然之美
环境合规管理	节能增效，驱动绿色未来
能源利用	节能增效，驱动绿色未来
水资源利用	精益管理，资源循环再生
循环经济	精益管理，资源循环再生
乡村振兴	服务社会，彰显国企担当
社会贡献	服务社会，彰显国企担当
创新驱动	优质服务，传递文化价值

披露议题	报告章节
科技伦理	不涉及。公司核心业务不涉及生命科学、人工智能伦理等敏感领域的科学研究、技术开发等活动。
供应链安全	携手共进，打造可持续供应链
平等对待中小企业	不涉及。公司平等对待中小企业，不存在逾期尚未支付中小企业款项等情况。
产品和服务安全与质量	优质服务，传递文化价值
数据安全与客户隐私保护	优质服务，传递文化价值
员工	以人为本，成就员工价值
尽职调查	ESG 重要性议题评估
利益相关方沟通	利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	诚信立业，恪守商业道德
反不正当竞争	诚信立业，恪守商业道德

## 上海国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理 (ESG) 指标体系 (1.0 版)》指标索引

一级指标	二级指标	三级指标	报告章节
E 环境	E1 环境管理	E1.1 环境管理目标和制度	守护环境，构筑绿色屏障
		E1.2 通过环境管理体系认证	/
		E1.3 绿色产品研发与环保技术使用	绿色理念延伸，从 " 绿色门店 " 到 " 可持续发展生态圈 "
		E1.4 环保总投入	公司环保投入金额暂未单独统计，未来将结合公司实际情况统计并披露。
		E1.5 环保培训绩效	守护环境，构筑绿色屏障
	E2 能源	E2.1 能源管理目标和规划	节能增效，驱动绿色未来
		E2.2 节约能源举措	节能增效，驱动绿色未来
		E2.3 可再生能源开发与应用	/
		E2.4 能源消耗总量	节能增效，驱动绿色未来
	E3 资源	E3.1 资源管理体系和规划	精益管理，资源循环利用
		E3.2 水资源目标和规划	精益管理，资源循环利用
		E3.3 节约用水举措	精益管理，资源循环利用
		E3.4 年度用水总量	精益管理，资源循环利用
		E3.5 其他资源使用管理	精益管理，资源循环利用
	E4 污染物	E4.1 废水管理目标和规划	
		E4.2 减少废水排放举措	公司主要从事图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务，不涉及生产污水，生活污水由环卫及有关部门统一回收处理。
		E4.3 废水循环使用量	
		E4.4 废水污染物排放量	

一级指标	二级指标	三级指标	报告章节
E 环境	E4 污染物	E4.5 废气管理目标和规划	公司主要从事图书发行、报刊经营、广告代理及传媒投资等业务，不涉及废气排放。
		E4.6 减少废气排放举措	
		E4.7 废气污染物排放量	
		E4.8 固体废弃物管理目标和规划	精益管理，资源循环利用
		E4.9 固体废弃物处理举措	精益管理，资源循环利用
		E4.10 固体废弃物排放量	精益管理，资源循环利用
		E4.11 固体废弃物回收、利用、处置	精益管理，资源循环利用
		E4.12 其他污染物管理	精益管理，资源循环利用
	E5 气候变化	E5.1 识别气候变化风险，以及建立应对气候变化的目标、战略	应对气候，守护自然之美
		E5.2 助力“双碳”目标的举措	应对气候，守护自然之美
		E5.3 碳核查 / 盘查举措	/
		E5.4 温室气体排放量	
	E6 生物多样性	E6.1 生物多样性保护制度	应对气候，守护自然之美
		E6.2 生物多样性保护举措	应对气候，守护自然之美
S 社会	S1 产品和服务	S1.1 产品安全与质量管理体系	优质服务，传递文化价值
		S1.2 通过产品质量管理体系认证	优质服务，传递文化价值

一级指标	二级指标	三级指标	报告章节	
S 社会	S1 产品和服务	S1.3 产品研发创新	优质服务, 传递文化价值	
		S1.4 知识产权保护	优质服务, 传递文化价值	
		S1.5 客户信息保护和隐私	优质服务, 传递文化价值	
		S1.6 客户服务管理制度	优质服务, 传递文化价值	
		S1.7 负责任宣传	优质服务, 传递文化价值	
		S1.8 客户投诉量 / 投诉解决率	优质服务, 传递文化价值	
		S1.9 客户满意度	优质服务, 传递文化价值	
		S2 员工责任	S2.1 员工雇佣和员工组成	以人为本, 成就员工价值
			S2.2 员工流失率	以人为本, 成就员工价值
	S2.3 员工民主管理		以人为本, 成就员工价值	
	S2.4 薪酬与福利体系		以人为本, 成就员工价值	
	S2.5 员工关爱		以人为本, 成就员工价值	
	S2.6 员工满意度		/	
	S2.7 员工职业健康安全管理		以人为本, 成就员工价值	
	S2.8 通过职业健康安全管理体系认证		以人为本, 成就员工价值	
	S2.9 安全应急管理举措		以人为本, 成就员工价值	
	S2.10 安全生产投入总额		以人为本, 成就员工价值	
	S2.11 安全生产培训绩效	以人为本, 成就员工价值		

一级指标	二级指标	三级指标	报告章节
S 社会	S2 员工责任	S2.12 因工受伤和死亡	以人为本, 成就员工价值
		S2.13 员工体检覆盖率	以人为本, 成就员工价值
		S2.14 员工职业发展制度	以人为本, 成就员工价值
		S2.15 员工培训和实践举措	以人为本, 成就员工价值; 关键绩效表
		S2.16 员工发展的成效	以人为本, 成就员工价值
	S3 供应链责任	S3.1 供应商管理制度	携手共进, 打造可持续价值链
		S3.2 供应商 ESG 审查	以人为本, 成就员工价值
	S4 社区责任	S4.1 开展公益慈善活动	服务社会, 彰显国企担当
		S4.2 公益慈善投入	服务社会, 彰显国企担当
		S4.3 志愿服务绩效	服务社会, 彰显国企担当
	S5 企业责任	S5.1 服务国家或上海市战略	专题; 服务社会, 彰显国企担当
		S5.2 应对公共危机	服务社会, 彰显国企担当
		S5.3 信息安全	优质服务, 传递文化价值
		S5.4 公共服务	专题; 服务社会, 彰显国企担当
		S5.5 税务贡献	服务社会, 彰显国企担当
G 治理	G1 公司治理	G1.1 党的领导	党建引领, 凝聚治理合力
		G1.2 董事长 / 总经理分设	完善治理, 提升决策水平
		G1.3 外部董事占比	完善治理, 提升决策水平

一级指标	二级指标	三级指标	报告章节
G 治理	G1 公司治理	G1.4 合规管理体系	合规为基，筑牢风控屏障
		G1.5 风险管理体系	合规为基，筑牢风控屏障
		G1.6 审计制度	合规为基，筑牢风控屏障
		G1.7 避免违反商业道德的举措	诚信立业，恪守商业道德
		G1.8 反垄断与公平竞争	诚信立业，恪守商业道德
	G2 ESG 治理	G2.1 董事会参与 ESG 管理	搭建 ESG 管理体系
		G2.2 ESG 工作组织架构	搭建 ESG 管理体系
		G2.3 ESG 战略 / 目标	/
		G2.4 ESG 利益相关方识别	利益相关方沟通
		G2.5 实质性议题识别	ESG 重要性议题评估
		G2.6 ESG 相关制度	搭建 ESG 管理体系
		G2.7 开展利益相关方沟通活动	利益相关方沟通
		G2.8 管理层薪酬同 ESG 绩效挂钩	完善治理，提升决策水平
		G2.9 具体业务考虑 ESG 要素	绿色理念延伸，从 " 绿色门店 " 到 " 可持续发展生态圈 "；携手共进，打造可持续供应链
	G3 数据治理	G3.1 基础平台建设	数智赋能，驱动高效运营
G3.2 数据汇聚互通		数智赋能，驱动高效运营	
G3.3 数据治理体系		数智赋能，驱动高效运营	

# 读者反馈

尊敬的读者：

感谢您阅读《新华传媒 2025 年度环境、社会和公司治理 (ESG) 报告》，为向您及其他利益相关方提供更专业、更有价值的企业 ESG 信息，请您协助我们完成反馈意见表中的相关问题，以帮助我们在今后进一步提升 ESG 工作水平。

## 选择题 (请您在相应的位置选择打√)

1. 对于新华传媒而言，您的身份是

员工  客户  供应商  监管机构  媒体  其他 (请注明)

2. 您对本报告的整体评价是？

很好  较好  一般  较差  很差

3. 您认为本报告的结构：

很合理  较合理  一般  较差  很差

4. 您认为报告版式设计和呈现形式：

很好  较好  一般  较差  很差

5. 您认为新华传媒在环境议题上的综合表现：

很好  较好  一般  较差  很差

6. 您认为新华传媒在社会议题上的综合表现：

很好  较好  一般  较差  很差

7. 您认为新华传媒在治理议题上的综合表现：

很好  较好  一般  较差  很差

## 开放性问题

您对新华传媒的 ESG 工作有哪些意见和建议？

---

---

---

2025 环境、社会  
和公司治理 (ESG) 报告

上海新华传媒股份有限公司



投资者专线: +86(21)60376284

传真: +86(21)60376287

地址: 上海市漕溪北路 331 号新华中心 (中金国际广场 A 座)7-8 楼

邮编: 200030