

江苏凤凰出版传媒股份有限公司

2014 年度社会责任报告

本报告根据公司在履行社会责任方面的具体情况而编制，客观、真实地反映了公司在从事经营活动中履行社会责任的重要信息。公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、规范公司治理，履行上市公司职责

规范的公司治理是基业长青的基石，公司对此高度重视。作为“上证公司治理板块”样本公司，凤凰传媒治理工作得到了监管部门和社会各界的认可。

公司始终严格遵循证监会关于重点推进公司治理、股东分红、内幕信息、内控体系建设等方面的监管工作要求，并以此为契机，严格按照《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》以及中国证监会有关法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，规范经营管理行为，保护中小投资者利益。

二、保护股东权益，积极回馈投资者

公司把股东利益最大化放在首位，报告期内通过强化和挺拔出版主业，加快数字化和新业态转型，经营业绩持续攀升，实现销售收入 96.18 亿元，利润总额 12.49 亿元，净利润 12.05 亿元，分别比上年同期增长 25.75 %，27.58 %，26.36 %。

公司积极响应证监会关于加强现金分红的要求，对公司《章程》进行了修改，规定了了分红的原则、形式、条件、决策机制，明确了每年现金分红不低于 10% 的比例，并引入中小投资者、独立董事、监事参与分红决策，确保股东能享受持续、稳定的投资回报，得到了中小股东的一致好评。公司于 2014 年 7 月、11 月，分别向全体股东

每股派发现金股利 0.10 元、0.10 元，共计现金 5.09 亿元，占 2013 年公司净利润的 54.9%，未来我们将继续执行较高比例的现金分红政策，与投资者共享公司成长收益。

公司在金融机构、工商税务、劳动社保、财政、质检、环保、物价、国土建设等各有关部门均有良好的信用记录。公司被中国人民银行授权机构评为“AAA”资信等级，从未发生过到期债务未及时偿还的行为。公司在确保资产、资金安全的前提下，追求企业利润最大化，同时也兼顾保障债权人的合法权益不受侵害。

三、履行信息披露义务，有效维护投资者关系

报告期内，公司重大事项明显增多，涉及到项目并购、资产注入、弘毅减持、治理结构调整、监管方式改变等。为此，全年累计召开了 3 次股东大会、9 次董事会、4 次监事会对相关事项进行审议，并及时在指定的媒体上进行披露，全年披露各项公告 60 个。

公司积极主动开展投资者关系管理工作，做到方式多样，覆盖全面。利用股东大会召开投资者见面会两次，利用股票复牌交易和收购公告召开两次电话会，接待中投、招商、长江、民生、华泰、国金、国信、中银、华宝兴业、华安等 90 家机构，76 批次的实地调研，实地考察数媒、云印刷、大数据、影视、优阅等板块；主动走出去，参加招商、光大、中金、齐鲁、东方、花旗银行、汇丰银行等国外券商投行在境内举办的投资者见面会 14 次（包括“沪港通”投资者见面会 4 次）。报告期内，公司由于面临资产注入、重大事项停牌、控股股东持股解禁等重要问题，引起广大中小投资者及媒体的高度关注，公司通过投资者热线电话、门户网站、上交所“上证 E 互动”等多个平台对外保持畅通的交流，及时解答他们关心的各类问题。

公司高度重视内幕信息管理工作，严格执行《内幕信息知情人登记备案制度》，加强内幕信息保密工作，认真履行内幕信息知情人登记管理及保密义务，能够真实、准确和完整记录内幕信息在公开前的商议筹划、论证咨询、合同订立等阶段及报告、传递、编制、审核、决议、披露等各环节所有内幕信息知情人名单，并按照规定要求填写

内幕信息知情人档案与重大事项进程备忘录，有效防范内幕信息知情人进行内幕交易。公司定期开展内幕信息人持股情况调查，未发现一起内幕交易行为，公司上市后亦未发生重大事项公告前股价异动情况。

四、内容生产硕果累累，社会效益十分显著

公司一贯坚守文化使命，努力履行社会责任，在做大做强文化产业的同时，为人民群众提供更多更好的精神产品服务，努力实现经济效益与社会效益的相对统一。

报告期内，公司出版的《小水的除夕》《大美昆曲》2种图书入选第十三届中宣部“五个一”工程奖，在全国出版传媒企业当中并列第二位；《余宝的世界》等8种出版物入选第五届中华优秀出版物奖；《远古的悸动》获国家科学技术进步奖二等奖；《外国文学学术史研究工程》入选中国社科院年度十项“创新工程”重大科研成果；“丁呱呱”系列获中国文化艺术政府奖最佳动漫出版物奖；2种主题出版选题入选总局“社会主义核心价值观重要选题”；3种期刊入选2014年全国优秀少儿报刊；6种图书入选总局2014年向全国青少年推荐百种优秀图书；3种产品入选总局“第二届向全国青少年推荐50种优秀音像电子出版物目录”；《教育研究与评论》入围总局全国“首批学术期刊”；4种图书入围中国版协“2014年度30本好书”；2种图书入选2014年度“大众喜爱的50种图书”；3种图书入选中国图书评论学会2014你那度“大众好书榜”；8人入选中国好编辑；8个项目入选2014年国家出版基金项目，12个项目入选省文化产业引导资金的精品图书项目。

重要板块建设和重大项目出版齐头并进。凤凰文库、“中国长城志”跨媒体复合出版工程、“中国运河志”跨媒体复合出版工程、“金凤凰”农业三新出版工程、少先队活动课程、动漫版全媒体复合出版工程等取得重要成果。社科人文基地、世界文学基地、儿童文学基地、动漫网游图书及延伸产品生产基地建设进展顺利。主题出版成绩显著，出版了一批围绕“中国梦”、社会主义核心价值体系建设、依法治国、党的建设、“南京大屠杀公祭日”等重点图书。

“走出去”工作亮点突出，有效提升国际文化影响力。2014 年实现非华语国家版权输出 180 种，较上年增长 20%。伦敦书展凤凰展台成功首次进入欧美馆区，系列文化活动邀请到英国文化名流，反响良好。凤凰传媒海外出版机构仙那都出版公司全年出版英文图书 23 种。其中“符号江苏”系列首批 14 种，成为江苏外宣品牌。与南京大学、南美排名第一的智利天主教大学成功合建第二家孔子学院。凤凰仍是国内唯一参建孔子学院企业。

五、加强人力资源工作，保护职工合法权益

公司认真贯彻《劳动法》、《劳动合同法》有关规定，与全体员工订立并严格履行规范的劳动合同，保障员工合法的合法权利；建立较为完善的薪酬体系和激励机制，充分调动广大员工的积极性；建立健全劳动保障机制，为全体员工缴纳五险一金，提高员工的福利待遇。报告期内，加大企业年金政策的覆盖范围，强化企业年金申报要求，督促符合条件的单位申报企业年金，努力提高员工退休收入。

公司高度重视员工培训工作，打造学习型企业。通过入职培训、专题培训、校企合作、员工自学等多种方式提高员工素质。报告期内，公司组织举办了12项28场培训，培训1900人次；与南大商学院联合举办了第二届EMBA精选课程培训，60名学员圆满完成了学业，收益颇丰；公司还与美国佩斯大学、伦敦艺术大学、墨尔本大学合作，围绕人力资源管理、大数据与综合管理等专题定制高级培训课程，定期选派骨干人员赴境外进行理论与实践相结合的集中学习。

公司加强企业文化建设，完成了一批党、团、工会组织成立、改选工作，开展了诸如登山、环湖走、骑车赛、摄影展等一系列形式多样、健康向上的企业文化活动，丰富了员工的文化生活，加强了员工的归属感。公司强化学习型企业建设，在数字出版、图文书出版、财务管控、人力资源管理、发行业务等领域，针对不同单位和岗位组织了多层面、多专业的培训，依托内、外网和《凤凰传媒》内刊，打造多形式的企业学习交流互动平台。

六、积极回报社会，社会影响力进一步提升

积极举办各类公益活动，助推全民阅读战略。公司报告期内成功举办或承办第 24 届书博会、第四届江苏书展、春秋两季馆藏会等大型图书展览活动，为社会各界搭建出版信息交流、优秀文化传播的平台；共组织 3471 场次广具江苏特色和全国影响的“全民阅读”活动，依托全省书城平台，不定期的开展读书分享会活动；组织“校园人文行”333 场，“名家江苏行”30 场，为读者提供更多与优秀作者互动的机会，加强情感互动，促进人文交流；各地新华书店举办各类主题营销活动 934 场次，力推“4.23 图书日”主题营销、“江苏 12 种优秀图书推荐”等 4 场全省卖场主题营销活动，积极参与第十一届南通韬奋读书节、徐州“汉风读书月”等活动，社会影响日益扩大。

创新建设农家书店，服务农村市场。公司积极响应国家号召，把农家书店工程作为服务三农建设重要抓手，切实加快农家书店等基层网点拓展步伐，倡导全民阅读，引领时代风尚。报告期内建成 222 家农家书店，公司负责提供铺底图书和管理设备。农家书店是在农家书屋基础上延伸拓展形成的带有公益性、惠民性的图书销售载体，建设农家书店，形成农家书屋与农家书店的功能互补，有利于方便农民购书，引导农民的阅读习惯，加强农村文化阵地建设，为社会主义新农村建设提供智力支持。

捐资助学，回馈社会。在江苏少儿基金会的倡导下，凤凰传媒承办了“凤凰集团春蕾图书馆”的创建活动，向灌云同兴小学和沭阳中专捐赠 20 多万元的精美图书，创建了两个春蕾图书馆，彰显了国有文化企业的社会责任感，有效提升企业形象。