

# 读者出版集团有限公司 2021 年社会责任报告

## 一、企业基本情况

读者出版集团是 2006 年在原甘肃人民出版社基础上，以《读者》杂志品牌命名改制而成。2009 年，集团完成股份制改造，发起成立了读者出版传媒股份有限公司（简称“读者传媒”）。2015 年 12 月，读者传媒在上海证交所上市，为西北地区第一家在国内主板上市的出版传媒类企业，主营图书、期刊出版发行。2017 年，读者出版集团与飞天出版传媒集团实施战略重组，成为集编、印、发于一体的综合性文化企业。目前，集团合并口径资产总额近 65 亿元、净资产近 38 亿元，在职员工 4500 多人。集团旗下核心产品《读者》杂志被誉为“中国人的心灵读本”，累计发行超 21 亿册。“读者”品牌连续 18 年被世界品牌实验室评为“中国 500 最具价值品牌”，2021 年品牌价值达到 370.15 亿元。

2019 年 8 月，习近平总书记在读者出版集团考察调研时强调：“要提倡多读书，建设书香社会，不断提升人民思想境界、增强人民精神力量，中华民族的精神世界就能更加厚重深邃。为人民提供更多优秀精神文化产品，善莫大焉。要牢牢把握正确导向，在坚守主业基础上推动经营多元化，努力实现社会效益和经济效益双丰收。”两年多以来，集团持续深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，凝心聚力，攻坚克

难，着力推进高质量发展，认真履行企业社会责任，取得了突出的社会效益和良好的经济效益，2021年，读者出版集团入选第十三届“全国文化企业30强”提名企业。

## **二、坚持正确导向，积极履行社会责任**

读者出版集团始终坚持正确政治方向和出版导向，强化意识形态阵地意识，健全导向管理制度，不断增强读者出版的竞争力、传播力、影响力，企业社会效益显著提升。

**加强出版导向和质量管理，牢牢守好出版阵地。**坚决贯彻党的出版方针，认真落实《关于加强和改进出版工作的意见》，不断完善出版导向和质量管理制度，严把政治政策关、基调格调关，不给任何错误思想和不良文化提供出版、传播渠道。面对新形势，及时健全读者出版集团、读者传媒、各书刊出版单位三级出版管理体系，落实落细出版选题论证审核制度和以“三审三校”为核心的出版质量责任制，严格执行重大选题备案制度。结合实际制定了出版导向管理办法、出版阅评工作办法、图书选题论证审核办法、出版物“三审三校”工作细则等制度，设立出版物质量检测中心，加强质量检查，奖优罚劣，确保出版工作各程序各环节有章可循、可管可控。一年来，集团出版结构明显优化，出版质量明显提升，出版阵地安全稳固。

**持续实施精品出版战略，主业发展取得明显成效。**强化为人民服务、为社会主义服务的使命担当，坚持把社会效益放

在首位，锲而不舍地实施精品出版战略，推出了一批高品位、高质量、双效俱佳的精品出版物，集团社会效益与经济效益同步增长，品牌美誉度和企业社会形象持续提升。2021年，集团出版的《藏文通用词典》获第五届中国出版政府奖图书提名奖；《唐宋时期敦煌大众的知识与思想》《敦煌小画师》《敦煌医学文献辑注》《土地·岁月·人民——百年梦圆·新中国脱贫历程影像史诗》《“百年红色记忆”第一辑：兰州战役》等7种出版物入选2021年国家出版基金资助项目；《最美的青春——全国脱贫攻坚楷模张小娟》《月亮上的格桑花》等2种图书入选2021年国家出版基金“回望建党百年”“纪录小康工程”；《写给青少年的敦煌》入选中宣部2021年主题出版重点出版物选题；《甘肃石窟志》《华戎交汇——敦煌民族与中西交通》等2种图书获2021年国家社科基金中华学术外译项目立项。《读者》《读者原创版》《读者欣赏》等期刊献礼建党百年的系列选题入选中宣部“青少年期刊讲党史”主题宣传活动重点选题。读者杂志社荣获第五届中国出版政府奖先进出版单位。截至第三季度，集团实现营业收入16.9亿元，增长13.4%，实现利润6878万元，增长38.6%。

### **三、大力弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化**

作为一家文化企业，读者出版集团自觉承担起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，坚持守正创

新，加强内容建设，牢固树立精品意识，发挥“读者”品牌优势，深挖特色文化资源，努力打造有思想、有筋骨、有品位、有温度的精品力作，传播科学思想、弘扬优秀文化、服务社会发展、记录伟大时代。

**坚持守正创新、精益求精，打造新时代“中国人的心灵读本”。**坚持把唱响主旋律、弘扬真善美、传播正能量作为《读者》杂志始终坚守的办刊理念，紧跟时代步伐、融入时代精神，实施《读者》杂志品质提升、影响力提升、传播力提升三大工程，着力打造新时代“中国人的心灵读本”。2021年前三季度，《读者》月均发行量达到了535万册，在2019年止跌回升基础上继续保持增长势头；今年以来，聚焦全面建成小康社会、党史学习教育、建党百年等重大节点，以开辟专栏、出版特刊等形式积极讲好《读者》故事、讴歌伟大时代、赓续红色血脉。截至目前，“奋斗百年路，启航新征程”专题栏目，已刊登文章30多篇，深受广大读者喜爱；《读者·庆祝建党100周年》特刊，先后3次加印，总印数达到7万余册，供不应求。

充分发挥读者品牌的文化纽带作用，加大投入力度，积极拥抱互联网平台，不断增强杂志的传播力。持续推出面向港台地区的《读者》香港版、台湾版，支持有关单位继续办好《读者》维文版、《读者》盲文版。精心打造《读者》微媒体矩阵，《读者》学习强国号“每日一读”专栏订阅人数达4000多万，《读者》人民号蝉联“人民号影响力排行榜”总榜第一，《读

者》微信公众号订阅人数近 700 万、活跃用户 180 余万，《读者》喜马拉雅频道专辑订阅人数近 570 万，音频累积播放量达 9.8 亿次。

**坚持特色定位，打造主题鲜明的出版精品。**坚持走“专精特新融”发展之路，深入挖掘优质出版资源，充分利用特色文化资源，着力做好主题出版，不断做强特色出版，努力做中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的传播者、践行者。2021 年，集团围绕弘扬中华优秀传统文化出版图书近 200 种，尤其在“敦煌丝路”板块，推出了如《甘肃藏敦煌遗书研究文献引得》《中国石窟走廊之旅》《敦煌与中外关系研究》《敦煌石窟艺术总论》《简牍甘肃：中国汉简之乡》《彩陶甘肃：美冠世界的彩陶之乡》等系列作品，有的是最新学术研究成果，有的是某方面的集大成之作，有的填补了某一领域的空白，在传承中华民族优秀文化、促进学术交流等方面有着积极意义。围绕建党百年主题，出版弘扬革命文化的图书近百种，如“读者丛书·百年辉煌读本”、《甘肃精神系列丛书》、《甘肃革命文物故事丛书》、《百年黄土地——甘肃红色故事五十讲》、《英雄母亲邓玉芬》等红色书系。围绕脱贫攻坚、生态文明建设等时代主题，推出积极弘扬社会主义先进文化的图书近百种，如“读者丛书·社会主义核心价值观读本”、《滚石上山——散点透视陇上脱贫攻坚》《祁连山的呼吸——甘肃保护和修复河西走廊生态文化报告》《筑梦八步沙（修订版）》《历

史性巨变——甘肃脱贫攻坚记述》等，部分图书入选国家出版基金资助项目，有的已经重印达5次，发行量达80余万册，取得了良好的社会效益和经济效益。

#### **四、坚持把社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益相统一**

认真贯彻落实习近平总书记对集团重要指示精神，始终把社会效益第一的理念贯穿到集团深化改革、创新发展的全过程，实现社会效益和经济效益相统一。

**不断健全社会效益考核评价机制。**严格落实中央、省上关于文化企业社会效益考核的相关规定，修订完善考核办法，将社会效益占综合考核权重的比例提高到55%，制定了优秀出版物奖励办法，对社会效益突出的出版物予以重奖，引导激励出版发行单位讲政治、明导向、提质量。

**扎实做好重点主题书刊及课本发行工作。**充分发挥集团旗下甘肃省新华书店发行主阵地作用，扎实做好主题出版物发行工作。结合开展党史学习教育，主动服务、上门服务，及时制定推荐书目，加强宣传推介，在全省累计发行重点主题图书200余万册，有力推动了全省党史学习教育工作。集中人力物力财力，全力克服新冠肺炎疫情影响，切实完成好甘肃省中小学课本印制发行任务，圆满完成了“课前到书，人手一册”的政治任务。

**努力助推书香社会建设。**认真贯彻落实习近平总书记重要

指示精神，探索形成了以全省新华书店为“点”，“读者小站”等公共阅读空间为“线”，城市社区、机关、校园、企事业单位读者书房、读书角、自助售书机、乡村文化驿站等为“端”，“点·线·端+全民阅读”的书香社会建设“读者方案”。目前已经形成了较为成熟的机关模式、县域模式、企业模式、学校模式、乡村模式等整体解决方案，已在全国范围内建成读者小站 15 个、读者书房 41 个、读者阅读角 701 个，为广大群众提供了立体多元的文化服务网络和阅读空间。甘肃新华书店大力推进门店升级改造工程，丰富业态、创新服务，为广大读者提供更加舒心、贴心的阅读空间。去年 9 月改造竣工的西北书城，从外观到“内容”焕然一新，人流量和营收额大幅增长，成为省会兰州极富特色的文化地标。同时，通过组建“读者·领读者”团队、举办阅读推广活动、推荐精品图书等丰富的形式，推动全民阅读活动进学校、进机关、进社区、进企业、进农村，多层次、全方位引领阅读风尚，累计开展阅读推广活动千余场，“读者·中国阅读行动”全民阅读工程被中宣部评为全国全民阅读优秀项目。

**积极开展社会公益活动。**充分发挥“读者”品牌的社会影响力，组织开展系列公益活动。**持续开展“《读者》光明行动”。**该行动于 2013 年发起，旨在救助全国 12 岁以下贫困弱视儿童，已累计募得善款 3780 余万元，为全国 22 个省近 200 个县市 56 万儿童进行了义诊，救助贫困家庭弱视儿童 5571 名。2021

年，为 13733 名儿童进行了眼部健康检查。持续开展“请孩子读本书”公益活动。该行动发起于 2013 年，旨在为贫困偏远地区有阅读需求的孩子提供优质阅读，累计为全国超过 90 万名中小學生捐赠《读者》82 万多本。

**坚决完成好脱贫攻坚任务。**切实提高政治站位，扎实做好脱贫攻坚帮扶工作，为脱贫攻坚战取得全面胜利贡献了读者力量。立足帮扶村实际，采取文化扶贫、产业扶贫、消费扶贫、教育扶贫等方式，累计投入帮扶资金 1000 多万元，帮助 3 个贫困村如期实现了整村脱贫。特别是集团发挥文化企业优势，突出扶志与扶智相结合，探索出一条富有读者特色的文化扶贫路径，在 3 个帮扶贫困村创建的“读者乡村文化驿站”，已成为传播文化、陈列村史、展示脱贫攻坚历程的新型阵地。

**全力支援疫情防控工作。**坚决贯彻落实习近平总书记关于疫情防控工作重要讲话和指示精神，在全面做好自身疫情防控的同时，充分发挥集团在宣传科学知识、体现人文关怀、鼓舞抗疫士气等方面的品牌优势和传播优势，以实际行动驰援抗击疫情工作。在疫情持续期间，面向全国广大读者免费开放近 3 年共 75 期《读者》杂志数字资源、“读者·新语文”线上学习课程；及时策划出版了《新型冠状病毒感染的肺炎疫情心理防护指导手册》等科普读物；组织开展了“齐心抗疫情、《读者》暖人心”行动，向全省疫情较为严重的地区赠送价值 68.2 万元的图书期刊；选派 8 名党员干部、组织近 400 名志愿者积极



投身全省各地疫情防控一线。《读者》（原创版）“疫中记事”系列文章获中国版权协会“2020年度中国版权最佳内容创作奖”，入选2021年中宣部第五届“期刊主题宣传好文章”，刊物被多家博物馆收藏。

## **五、积极回应监管部门和社会公众关注问题**

**严守规范、强化自律，认真做好上市公司信息披露。**读者传媒公司自上市以来，能够按照监管部门规定，严格规范履行信息披露义务，确保公司信息披露真实准确、完整及时。2021年，先后发布60余份公告及非公告信息，积极维护投资者、特别是中小投资者的知情权，切实保护投资者利益。