

# 智慧出版 守望学术

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP

## 社会科学文献出版社 企业社会责任报告 (2013-2014)

社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社科文献 • SSAP



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS(CHINA)

丑年

樂業

創新

共亨

蘇士衡書



## 关于本报告

这是社会科学文献出版社向社会公开发布的第二份企业社会责任报告。随着互联网+时代的到来，科学技术的迅猛发展也带来日新月异的文化变革，来自社会各方面的需求日益多元化，我们在制定可持续发展战略的同时需要更科学、更全面地衡量来自社内外对我们的期望和要求，为此我们在本次报告中首次选定了信息化的主题板块，以广泛的利益相关方调查和沟通为基础，确保我们的报告更加有效地传播数字时代出版社的社会责任信息。

本报告依据全球报告倡议组织（GRI）、ISO 26000 社会责任指南、中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）的实质性、利益相关者参与度、可持续发展背景、完整性等原则，分析了出版社运营中存在的关键可持续发展问题。绩效指标和管理方针涵盖了社会科学文献出版社对其财务和运营政策及措施有控制权或有重大影响的所有实体，并与出版社财务年报所覆盖的范围保持一致。在此基础上，社会科学文献出版社（下文称“社科文献”或“我社”）多方面收集不同利益相关方的合理期望及信息需求，在相关信息披露上做出尝试，以期在未来能完整地满足社会各方的需求，也为出版社同行提供借鉴。

### 时间范围

2013年7月1日至2014年12月31日。  
部分内容适当追溯以往年份。

### 发布周期

本报告为年度报告。上期报告已于2013年11月发布，2015年起改为次年发布上年度整年数据。

## 报告范围

---

除非有特殊说明，本报告描述报告期间内出版社及其所有分支机构在经济、环境和社会方面的运营情况。

---

## 编制依据

---

本报告的编写参照 GRI《可持续发展报告指南》4.0 版 (G4)、中国企业社会责任报告编写指南 CASS-CSR3.0 版的主要核心指标和附加指标。为了保证本报告的可靠、公正和透明，本出版社聘请了第三方机构中国社会科学院中国企业社会责任研究中心对报告进行了审验，审验声明见附录。

---

## 数据来源

---

为有效收集 2013~ 2014 年出版社及各分社、事业部及其他分支机构在经济、环境和社会等方面所做的努力及取得的成果，在数据收集过程中对报告范围内的总部及各分支机构进行了现场调研。通过现场走访、员工访谈、资料查阅和实地观察，研究制定了报告信息及数据的统计范围，进一步完善了收集途径和计算方法。

---

## 报告获取

---

本报告有在线版本和印刷版本两种，在线版本请查阅社会科学文献出版社官网（[www.ssap.com.cn](http://www.ssap.com.cn)）。

联系方式：北京西城区北三环中路甲 29 号院  
3 号楼华龙大厦 13 层

电子邮箱：[csr@ssap.cn](mailto:csr@ssap.cn)

电 话：010-59367100

---

<b>高管致辞</b>	
社长致辞	004
企业社会责任委员会主任致辞	006
<b>关于我们</b>	
社会科学文献出版社简介	008
愿景、使命、战略与核心价值观	010
公司治理	012
合规管理	014
<b>责任（CSR）管理</b>	016
<b>智慧出版 守望学术</b>	<b>021</b>
<b>为行业：树立出版典范</b>	<b>028</b>
<b>为学术：促进专业建设</b>	<b>035</b>
<b>为客户：提供多元服务</b>	<b>051</b>
<b>为伙伴：携手合作共赢</b>	<b>057</b>
<b>为员工：共筑成长梦想</b>	<b>062</b>
<b>为环境：绿色节能减排</b>	<b>075</b>
<b>为社会：传递公益关怀</b>	<b>079</b>
<b>附录</b>	
关键绩效数据	086
荣誉与奖项	087
展望 2015	089
第三方评价	090
评级报告	092
指标索引	094

## 社长致辞

---



2014年，移动互联的浪潮正在冲击和改变着大多数行业，传统出版业也面临着转型融合的巨大挑战。作为一家以学术出版为使命、以打造百年品牌为目标的出版企业，我们以敢为天下先的精神，扎扎实实一路走来。我们秉承“创社科经典，出传世文献”的出版理念，以学术、品牌、创新为立足之本、发展之基。我们在出版业首创主题出版理念，打造出皮书、列国志、中国史话、学术集刊等一系列知名品牌，建构出研究型、智慧型出版社的企业形象。我们植根于中国的学术沃土，实现了出版、营销和服务上的飞跃。我们敬畏学术、尊重作者、感恩社会、服务客户、友爱员工、扶助贫弱，坚定不移地把履行企业的社会责任落实到具体的经营发展实践当中。

在行业内外竞争日趋激烈的复杂背景下，2014年，我们不断突破创新，力求更好地履行对行业、读者、客户、员工以及社会的责任。面对各利益相关方的诉求，我们做出了一系列的变革。

我们启动了学术资源建设工程，着力践行学术出版梦。立足中国社会科学院，我们携手全国以至国际哲学社会科学领域的高校与科研院所，打造学术共同体，构建学术发展平台，出版了一大批学术影响力与社会影响力并重的图书。

我们充分利用国际书展及大型国际会议的机会，向世界展示中国学者的学术水平和研究成果，助力中国的学术话语与国际社会以及学术界接轨，推动中国学术海外话语权的扩大和增强。

我们在行业内率先提出打造“智慧型出版社”的目标，大胆尝试对传统产品形态和工作流程的再造升级。数字出版已经初步形成了从产品设计、内容开发、编辑标引，到产品运营、技术支持、营销推广的全流程体系。信息化基础性建设全面开展，在信息规范化、信息数据对接、信息对业务的实际支持、移动化办公等方面取得突出成果，在管理和流程方面达到了整合、高效、互联、共享的目标，全面提升了工作效率。

我们一如既往坚持优质的客户服务，更加重视用户体验与满意度。我们提供细分化的营销模式和物流服务，加大按需印刷的推广力度，完善按需印刷的生产流程，以专业化的理念和态度体现我们的品牌价值。

与此同时，我们全面加强编辑队伍建设，开展“名编辑工程”，推进高端人才选拔与培养；我们为员工提供各类培训机会，帮助员工更好地应对行业的变革；我们规范企业内部各类规章制度，推动法人治理结构规范运行，进一步完善薪酬体系和激励制度。

作为企业公民，我们不仅致力于学术出版事业，坚持为中国经济与社会的繁荣与发展提供决策咨询服务，还坚定不移地贯彻和执行企业社会责任战略，道德经营，促进和谐商业生态环境建设，同时给没有能力支付阅读费用的人群，特别是农村人群，提供优惠或者免费的捐助。

我们从事的是一项伟大的事业，肩负着重要的社会使命。我们将以“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”的文化使命感，不断推出高水平的学术著作，繁荣中国人文社会科学事业。同时，我们也将践行承诺、坚守责任，为社会的期待、客户的选择、员工的托付和整个产业链的可持续发展做出贡献！

社会科学文献出版社社长



## 企业社会责任委员会主任致辞



2013年11月,《社会科学文献出版社企业社会责任报告(2012~2013)》发布,这是社会科学文献出版社首部企业社会责任报告,也是中国出版业内单体出版社的首部系统化企业社会责任(CSR)报告。此报告的发布不仅引起了媒体的广泛关注,也得到了业内同行的较高评价;既让我们深切地认识到履行企业社会责任对一个企业可持续发展的重要意义,也时刻提醒着我们怀揣对学术的敬畏之心和对社会的回馈之心,将践行责任的理念根植于企业整体运营过程中。

2014年是我国全面深化改革的开局之年。党的十八届四中全会胜利召开,通过了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》,国家的改革开放事业进入一个更高的制度化阶段。在国家经济进入新常态、大数据时代扑面而来、出版行业内外竞争日趋激烈的复杂背景下,社会科学文献出版社全面贯彻落实党的十八大,十八届三中、四中全会关于文化产业发展的精神,继续不断加强在客户承诺、员工关爱、环境保护、技术创新、商业道德和社会回报等方面的力度,以沉稳、开放、积极的心态和高度的政治使命感与责任感坚守学术出版阵地,全面提升出版社的核心竞争力,为人文社会科学的繁荣与发展做出积极贡献。

根据首部企业社会责任报告拟定的出版社企业社会责任战略和政策,2014年,我们持续改进企业社会责任管理工作,立足于学术资源整合能力、学术产品生产能力和市场营销能力、

数字出版能力、国际出版能力等学术出版五大能力建设，全面启动了“学术资源建设工程”和“名编辑工程”，继续大力推进企业“信息化建设”和“人力资源建设”，推动法人治理结构的规范运行；按照 PDEI（Plan-Do-Evaluation-Improve）的管理模式，有效开展社会责任风险识别工作，制定目标、指标和管理方案，落实各项流程执行，运用内部审计等方法寻找持续改进的机会。现阶段，基于 ISO 26000 社会责任指南、CASS-CSR3.0，社科文献初步规划制定 CSR 风险评估机制并优化 CSR 管理体系。社科文献的 CSR 管理体系融合了 SA 8000、EHS 管理体系、合规度管理体系等的核心内容，并在 CASS-CSR3.0 指南的基础上加以发展。

未来，我们将继续秉持“努力实现人文社会科学成果价值最大化”的社会责任理念，不断加强和扩大在企业社会责任方面的投入和范围，构建适合出版行业的企业社会责任指标体系，从而推动整个出版行业的企业社会责任发展。我们将在全球范围内继续加强专业学术出版和推广的企业社会责任管理能力，与我们的客户一同关注企业社会责任风险，积极对学术出版的相关方施加影响，尤其是加强专业学术和大众文化的出版和传播，持续关注绿色环保、员工权益和社会公益，为读者提供更加专业、便捷、高端的阅读体验，实现员工、出版社、出版行业的健康、和谐、可持续发展。

社会科学文献出版社企业社会责任委员会主任

胡鸣吃

## 社会科学文献出版社简介



社会科学文献出版社成立于1985年，是直属于中国社会科学院的人文社会科学专业学术出版机构。

成立以来，特别是1998年实施第二次创业以来，依托于中国社会科学院丰厚的学术出版和专家学者两大资源，坚持“创社科经典，出传世文献”的出版理念和“权威、前沿、原创”的产品定位，社科文献立足内涵式发展道路，从战略层面推动学术出版五大能力建设，逐步走上了智库产品与专业学术成果系列化、规模化、数字化、国际化、市场化发展的经营道路，取得了令人瞩目的成绩。目前，出版社销售收入等主要效益指标取得了年平均增长20%以上的发展速度，知名度和美誉度日益提高，并拥有了一支以年轻的博士、硕士为主体，以一批刚退出科研一线的各学科专家为支撑的300多人的高素质的编辑、营销、数字出版队伍。

**学术出版** 社科文献先后策划出版了著名的图书品牌和学术品牌“皮书”系列、“列国志”、“社科文献精品译库”、“全球化译丛”、“全面深化改革研究书系”、“近世中国”、“甲

骨文”、“中国史话”等一大批既有学术影响又有市场价值的系列图书，形成了较强的学术出版能力和资源整合能力。2014年社科文献发稿5.5亿字，出版图书1500余种，承印发行中国社会科学院院属期刊71种，在多项指标上都实现了较大幅度的增长。

**数字出版** 凭借着雄厚的出版资源整合能力，社科文献长期以来一直致力于从内容资源和数字平台两个方面实现传统出版的再造，并先后推出了皮书数据库、列国志数据库、中国田野调查数据库等一系列数字产品。数字出版已经初步形成了产品设计、内容开发、编辑标引、产品运营、技术支持、营销推广等全流程体系。

**国际出版** 国际出版作为中文图书走向世界的重要途径，历来为社科文献所重视。特别是近年来，在中国政府“走出去”战略的大力支持和推动下，在国外对中国社会科学研究成果的强大需求下，作为中国最高社会科学研究机构所属的出版单位，社科文献通过学术交流和国际书展等方式积极参与国际学术和国际出版的交流合作，努力将中国

优秀的人文社会科学研究成果推向世界，从构建国际话语体系的角度推动学术出版国际化。目前已与英、荷、法、德、美、日、韩等国及港澳台地区近 40 家出版和学术文化机构建立了长期稳定的合作关系，先后与斯普林格（Springer）、博睿（Brill）、劳特利奇（Routledge）、牛津（Oxford）、剑桥（Cambridge）等十余家国际出版机构合作，面向海外推出了“皮书系列”“改革开放 30 年研究书系”“中国梦与中国发展道路研究丛书”“全面深化改革研究书系”等一系列在世界范围内引起强烈反响的作品，并持续致力于中国学术出版走出去，组织学者和编辑参加国际书展，筹办国际性学术研讨会，向世界展示中国学者的学术水平和研究成果。

此外，社科文献充分利用网络媒体平台，

积极与中央和地方各类媒体合作，并联合大型书店、学术书店、机场书店、网络书店、图书馆，逐步构建起强大的学术图书内容传播平台，学术图书的媒体曝光率居全国之首，图书馆藏率居于全国出版机构前十位。

作为已经开启第三次创业梦想的人文社会科学学术出版机构，2015 年的社会科学文献出版社迎来了她 30 周岁的生日。“三十而立”再出发，我们将以改革发展为动力，以学术资源建设为中心，以构建智慧型出版社为主线，以社庆 30 周年系列活动为重要载体，以“整合、专业、分类、协同、持续”为各项工作指导原则，全力推进出版社数字化转型，坚定不移地走专业化、数字化、国际化发展道路，全面提升出版社核心竞争力，为实现“社科文献梦”奠定坚实基础。

#### 部分协会会员资格一览

序号	协会名称	成员资格
1	中国编辑学会	理事单位
2	中国出版协会	会员单位
3	中国图书评论学会	团体会员
4	中国社会学会	理事单位
5	中国出版协会古籍出版工作委员会	成员单位
6	中国音像与数字出版协会	理事单位

## 出版社愿景、使命、战略与核心价值观

### 愿景

致力于成为具备独特竞争力的人文社会科学内容资源运营商和海内外知名的专业学术出版机构，做有梦的学术出版人，做令人尊敬的学术出版社。

### 使命

关注学科前沿，聚焦学术出版，服务学术研究，弘扬学术经典，传播学术思想，打造人文社会科学信息资源整合平台、成果推广平台。

### 战略

立足专业化、数字化、国际化，全面实施学术资源整合能力、学术产品生产能力、市场营销能力、数字出版能力、国际出版能力等学术出版五大能力建设，积极推进人力资源工程建设。

#### 学术资源整合能力

与国内外哲学社会科学领域科研机构广泛深入合作，聚拢学术机构和学者，搭建学术平台，着力打造学术共同体，加大社内学术资源进一步整合和开发的深度与广度，丰富出版社八大产品群为核心的内容资源。

#### 学术产品生产能力

严格学术编辑制度，以学术出版规范提升学术出版准入门槛；用现代出版理念和要求，以及最先进的信息化装备的软硬件环境，生产高品质的学术出版物。

#### 市场营销能力

通过品牌提升、渠道深耕、客户服务、信息沟通，传统市场营销与社交媒体营销相结合，形成一套新型营销模式，提供快捷高效的推广服务。

#### 数字出版能力

全面推进信息化与数字出版深度融合，实施出版社整体数字化转型战略，用数字思维改变传统工作模式，以信息技术挖掘潜在内容价值，打造智慧型出版社。

#### 国际出版能力

依托出版社优势学术资源，广泛开展多种形式的国际合作，搭建中国学术国际传播平台，增强中国学术话语权。

#### 人力资源工程建设

合理配置人力资源，专业人才引进和培养工作并举，以完善的人才发展通道和薪酬体系，形成合理的人才竞争和激励机制，推进人力资源信息系统建设。

## 核心价值观

扎根于我们内心深处的核心信念，是我们面向未来的共同承诺：坚持不懈地持之以恒地为学者、读者提供最快捷、最优质、最专业的服务，实现我们“成为具备独特竞争力的人文社会科学内容资源经营商和海内外知名的专业学术出版机构”的愿景。



**用心** 敬畏学术，尊重学者。专注地做好每一件事，做有责任、有担当的学术出版人。

**专业** 秉持人文社会科学专业素养，以专业的理念和行动构建学术产品出版和传播平台。

**创新** 面对日新月异的外部世界，以不断的学习更新自己的观念，以制度、流程乃至细节层面的改变适应不断变化的世界。

**共享** 与员工共建创业平台，共享改革发展之成果；与社会各界共建信息资源整合与推送平台，共享人文社会科学发展之成果。

## 公司治理

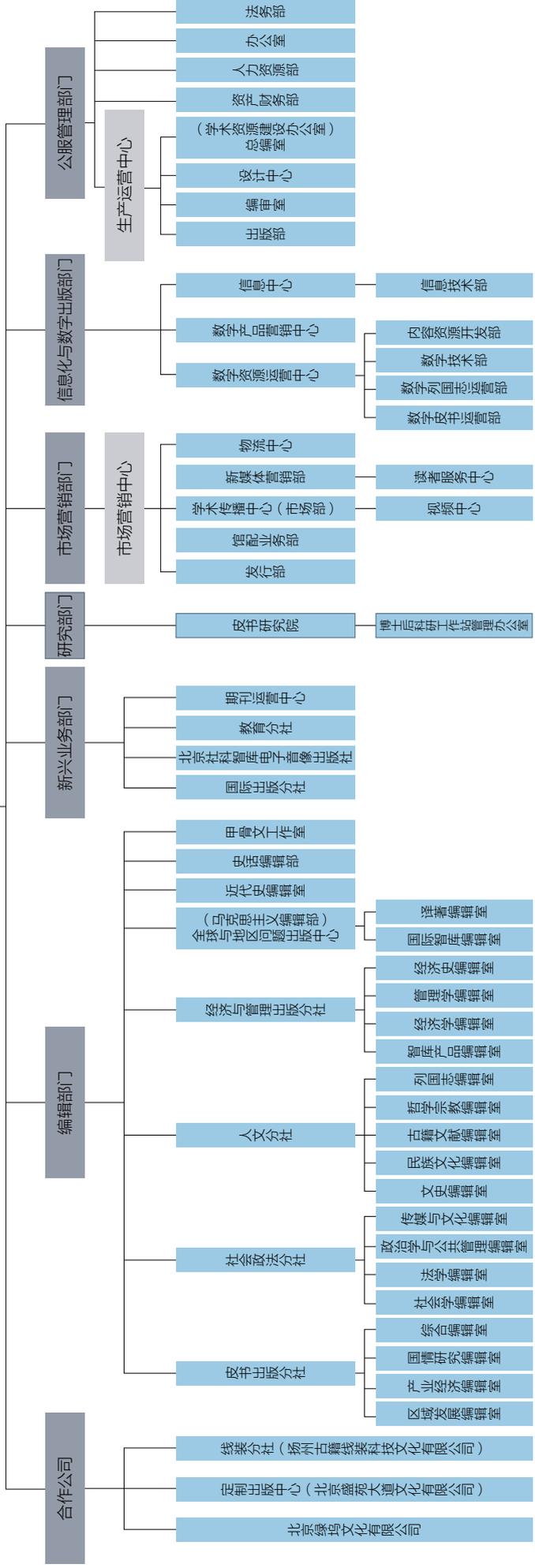
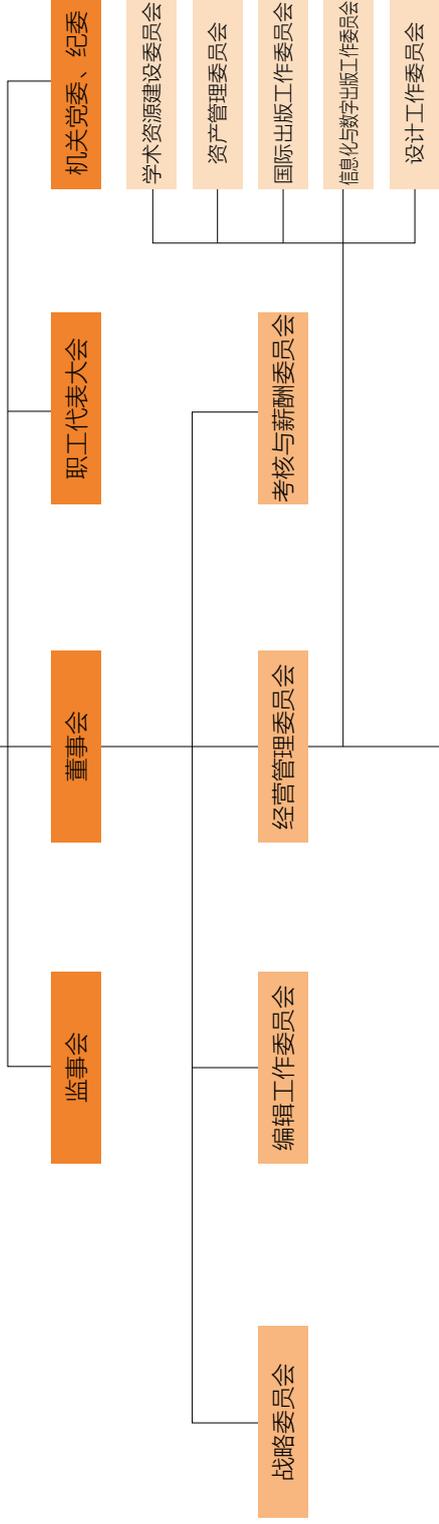
我们致力于实现并保持高标准的企业治理水平，维持健全、良好的企业管治规则，以保证作者、读者及员工的利益。严格遵守出版行业的法律及规范，遵守监管机构发布的适用指引及规则，并定期审查公司的管治制度。

### 治理架构

为进一步深化改革，完善现代出版企业的制度架构，实现理念、体制、机制的全面转变，我们探索出版社法人治理结构设计。通过建立和完善董事会、经营管理委员会和监事会的议事规则和工作流程，形成机关党委把握导向，董事会制定决策战略，经营管理委员会负责生产经营，监事会、机关纪委和职工代表大会实施监督和约束的领导机制，建立科学高效的决策、执行和监督工作制度体系，推进现代出版企业法人治理结构规范运作。



社会科学文献出版社



## 合规管理

---

我们关注与研究出版相关政策和法律、法规的更新与发布，制定了与法律政策研究相辅的工作指引，保障了我社的经营合法合规。2013~2014年在健全组织体系、完善制度建设、加强宣传培训的同时，根据出版社作为文化企业的特点与自身定位，有针对性地推动合规管理。

### 坚持正确的出版方向，严把图书质量关

---

作为学术出版机构，图书质量是我们的生命线。2014年4月份我社进一步修订了《社会科学文献出版社关于图书三审工作的若干规定》，对我社三审工作主要任务及相关流程进行了详细介绍，重点是加强编辑出版工作中政治纪律相关制度，包括三审三校的各岗位政治职责等。同时，相继完善、修订了编辑年检制度、皮书编辑管理制度、译著出版管理制度等，并对我社原专业编辑审读学术稿件范围进行修订和规范。多次会议强调抓好各自的意识形态阵地以及政治质量、内容质量和编校质量的重要性，对不合格的编辑，我们也采取了必要的措施。

---

### 进一步加强我社图书发布管理

---

图书发布会，尤其是皮书的发布会，是实现学术成果最大化的重要手段和途径。新闻传播的不可逆性要求举办发布会必须要规范，我社在原皮书管理办法的基础上，发布了《社会科学文献出版社图书发布管理办法》。此办法从图书发布程序、会前准备、发布内容管控、新闻稿撰写与审核以及媒体报道等多方面进行了严格要求，同时严格规范了对发布知识产权声明的相关管理，明确责任、及时纠正，确保我社的宣传工作始终坚持正确的政治立场，遵守党的路线、方针、政策。

---

## 进一步健全资产财务制度

---

为进一步加强财经纪律建设，我社从自身实际情况出发，重点对财务纪律的执行情况进行了详细的梳理，并始终不断强化预算执行力度。2013年有针对性地颁布了《关于严格财经纪律强化我社资产财务制度的若干具体规定》。具体内容包括：严格执行中央六项禁令，严禁滥发钱物，不得报销购物卡、预付卡等；按照《中央和国家机关会议费管理办法》和《中央和国家机关差旅费管理办法》规定，进一步规范会议和差旅的报销票据管理工作；按照《党政机关厉行节约反对浪费条例》的规定，规范社高管人员的社务消费，完善设备、软件等购置的招投标手续；进一步严格规范稿费、审稿费、劳务费的支出流程等。规定的颁布，为严明财经纪律提供保障，确保我社生产经营活动合法依规，保证出版社财务管理的安全顺畅。

---

## 遵守商业道德和知识产权保护

---

通过推行指引、示范文本、合同全面审核等方法，规范图书出版合同、销售和日常管理等各类经营活动，有效防范风险。从合同的制度、流程和内容等方面加强合同管理，开展防止虚假宣传及违背商业道德、违法的营销等工作。2014年我社经济合同履约率达到100%。同时加强对社科文献商标和知识产权的保护。我社法务部对各部门合同进行了统一检查和评估，不定期发布风险提示，2013年、2014年我社活动未出现重大法律问题和生产事故。

---

## 责任 (CSR) 管理

### 让学术成果价值最大化的 CSR 愿景

我们秉持“让学术成果价值最大化”的社会责任理念，始终致力于将出版社的发展战略与企业应尽的社会责任相结合，始终坚持可持续发展、环境保护、社会公益参与等领域的基本原则，坚持高标准的道德要求、专业要求，关爱员工，确保学术成果传播的专业化、规范化。

### “七为” CSR 战略

2014年，我社根据 ISO 26000 社会责任指南、CASS-CSR3.0 中国企业社会责任报告编写指南，进一步践行本社的 CSR 战略，通过专业学术出版、促进学术传播、绿色节能出版、关爱员工成长等七大战略，打造智慧型出版社。



始终恪守学术规范与行业道德，坚持诚信经营，严格遵守出版行业行为准则。反对抄袭、行贿受贿等各种学术腐败行为，营造原创、公平的学术氛围。



提供专业的学术成果价值开发平台。促进学术传播，引进国际前沿学术思想，推动中国学术走向世界；培养专业出版人才，从而使学术服务大众、走进大众；建立高效、科学的内部管理机制，服务学术，实现社会科学成果价值最大化。



以构建智慧型出版社为主线，全力推进出版社数字化转型，构建移动办公信息平台，提高出版社信息化水平。与客户积极沟通节能环保理念，与产业链上下游企业紧密协作，共同构建绿色节能的出版体系，走在出版行业绿色化时代的前列，推动行业可持续发展，积极实践“绿色出版、绿色世界”的战略。



重视员工职业成长与健康福利保障，使奋斗者得到及时、合理的回报，在企业持续成长的同时，实现员工的个人价值。



始终坚持回报社会，努力为所在行业 and 社区的公益、教育和赈灾救助事业做出贡献，成为负责任的企业公民。



提升出版社及其供应链企业的社会责任的认知和能力，推动产业链可持续发展；与生产合作商紧密合作，共同加强供应链社会责任的持续改善和管理，确保用符合社会责任的方式生产产品，在客户中树立社科文献企业社会责任的品牌和信心，加强经营商 CSR 风险管控。



不断提升与利益相关方的沟通与协商，在遵从出版业界标准和企业战略的前提下，提升客户满意度，加强沟通，促进交流。

## CSR 组织架构

我社搭建了比较完善的企业社会责任 (CSR) 组织架构: 以企业社会责任委员会主任为中心，企业社会责任委员会作为支撑团队，各分社、事业部、公服管理部门配合协调，共同实践出版社企业社会责任战略，乃至出版社整体战略。同时，通过企业社会责任目标及绩效指标的设定及改进，不断推进企业社会责任相关关键问题的部署及企业社会责任具体路径的实施。

## CSR 管理体系建设

我们按照 PDEI (Plan-Do-Evaluation-Improve) 的管理模式，有效开展企业社会责任风险识别工作，制定目标、指标和管理方案，落实各项流程的执行，运用内部审核等方法寻找持续改进的方法。

2014 年，在上年度制定的 CSR 风险评估机制和管理流程的基础上，我们进一步推进并优化了 CSR 管理流程。



## 利益相关方沟通参与

我们不断提升与利益相关方的沟通与协商，在符合出版业界标准和企业战略的前提下，提升客户满意度，加强客户管理。

利益相关方	对出版社的期望	主要沟通渠道	责任举措
作者及作者单位	高质量的编辑及出版服务	交流会议、作者手册、出版社网站	及时沟通最新出版项目；交流出版基本原则；搭建人文社会科学成果交流平台
读者	高质量的产品及服务	沙龙座谈、问卷调查、社官网、客服平台	提供更优秀的人文社会科学信息与资源
政府 (主管单位)	遵章守法，依法经营纳税，提供就业机会	工作汇报、函件往来、工作会议	遵守相关法律、法规；按时足额纳税；响应政府及主管部门号召；积极服务学术科研
渠道商	便捷的物流与信息共享机制	工作会议、问卷调查、经验交流会、专题论坛	提供高品质的学术产品，及时响应需求，致力于实现共赢
生产合作商	公平采购	日常沟通、问卷调查、项目合作、联谊活动	实现公平采购；协助履行企业社会责任；建立相互尊重的合作关系
同行	公平竞争，协同推动行业发展	参加行业组织、项目合作、联谊活动	依法公平竞争，维护行业发展秩序；尊重知识产权，遵守行业标准和规范，参与行业标准的制定，促进行业发展
媒体	信息公开	日常沟通、新闻发布、出版社通讯及网站	积极回应媒体关注；建立日常沟通机制和信息定期披露机制；接受媒体专访与论坛活动
研究机构	学术成果发布平台，提供科研资料信息	学术合作、研讨会与论坛、调研配合	与各级科研机构与高校结成战略合作伙伴，在人才培养、信息交流、成果共同开发等方面展开全面合作，推动中国学术的发展
社区	公益事业，环境保护	公益项目、志愿者活动	积极关注国际社会和当地社区的进步与发展问题；与社会组织积极开展合作；开展独具特色的社会公益活动；绿色办公
员工	权益保障，职业发展规划、个人价值实现，安全良好的工作环境	职业培训、问卷调查、面谈沟通、组织生活	开展多层次、多种形式的各类培训；改善办公条件和环境；完善人力资源的相关政策

## 社会责任培训

我们将企业的社会责任融入社内工作会、业务技能和素养培训中，向全体员工阐述社科文献的企业社会责任理念，介绍出版社社会责任的履行状况，并在内网发布简报，提高员工对企业社会责任的认识，增强员工践行社会责任的积极性。

# CSR

## 实践

为了确保企业社会责任战略得以落实，我们建立了为行业、为学术、为客户、为伙伴、为员工、为环境和为社会的“七为”社会责任实践路径，从这七个维度积极承担对服务学术、环境保护、社会公益的责任，出版社内网定期及时公布相关信息，并且将“七为”实现情况纳入出版社各部门和领导干部的年中与全年考核，并进行评优。2014年，社科文献的信息化规划进一步推进，用数字思维改变传统工作模式，以信息化挖掘潜在内容价值，传统出版在信息化与数字化转型方面有了长足发展，全面开启智慧出版之路。

# 智慧出版 守望学术

长期以来，我社以“做传统出版行业信息化与数字化转型的引领者”为己任，高度重视信息技术以及数字出版技术的运用、推广和发展。2014年是我社信息化建设的重要一年，充分发挥科技第一生产力的倍增作用，以数字化为主线，以标准化为基础，以技术振兴出版，不断加快企业信息化建设与数字化转型升级的步伐，努力改造提升传统产业，转变经营发展方式，提升出版社在信息时代和数字时代的生产力、传播力和影响力，为实现智慧型出版社建设目标迈出了坚实的一步。

## 制订战略发展规划，全方位实施信息标准化建设

为保障社内信息化政策的顺利执行和各项工作的正常开展，2013年开始，我社信息化与数字出版工作委员会不断推进各项相关制度的建立。2013年是我社信息化制度建设大踏步前进的一年，7月正式颁布了《出版社信息管理办法》，发布了《社会科学文献出版社系统信息规范》；2014年10月，制定了《社会科学文献出版社特殊时期网站信息安全应急预案》，颁布了《社会科学文献出版社数字出版战略规划（2015~2020）》。通过现代信息管理方式和技术手段对信息进行有效配置和使用，明确了未来五年的发展目标及步骤，进一步推动我社生产力变革，提高生产效率。

2013年，我社在行业内率先启动信息标准工程，开展了基础信息整合共享和信息标准化工作，从术语标准、数据元标准、分类编码标准、系统规范、管理规范等方面逐步推进，建立起一系列规范和系统联动，实现多系统间信息的有效交换和使用，为加快推进新闻出版业信息化、标准化工作的进程贡献力量，为建立统一开放、竞争有序的出版物市场起到积极的推动作用。

## 多平台全方位建设，全速建成变革式企业门户

2013年10月，我社启动自主研发的综合信息管理平台建设项目；2014年5月完成舆情监测系统一期项目，6月完成了内容资源数字化管理平台的验收，8月启动皮书研究院“智库”平台项目建设，10月启动图书馆馆配管理系统项目建设。一系列新的平台项目的上马、建成，打通了我社从内容信息到数据信息、从舆情监测到智库分析的多个业务流，为出版社进一步开发数字出版产品乃至产品升级转型提供了坚实的内容资源基础平台支撑，使日常办公及领导决策可依据的信息资源更加完善和全面，从而增加了出版社各项工作的可靠性和有效性。

2014年11月，我社完成了OA协同办公管理平台的升级改造工程，以我社实际协同应用为出发点，整合了企业门户功能、沟通及协作和工作流平台，全方位地实现了无纸化办公和智能化办公，为信息化的整体目标从“提高效率、降低成本”逐步转变为“通过技术的部署和运营机制，充分实现个人及企业价值”奠定了坚实的基础。

## 构建企业级数据仓库，全力提升站群用户体验

为消除消减信息孤岛现象，加快信息流通，提高全社及行业内信息化应用水平，2013年，我社着手构建数据仓库，通过搭建数据仓库整合了社内多个业务系统的数据，并在此基础上建立BI决策分析系统，为企业决策提供依据，同时也为出版行业充分利用大数据积累经验。

2013年，我社开始电子商务网站站群的改造工作，获得业界四项荣誉和表彰，举办业内多项活动，扩大了行业影响力。升级改造的社官方网站整合和发布产品信息，不断

加强对作者、渠道及终端的服务，并利用学术分享社区、学术百科等互动平台来加强客户的参与，实现了客户需求与产品升级的良性循环，体现了向“以客户为中心”服务理念的大幅度转变，探索出一条以创造客户价值为导向的专业出版新路。



社官网活动预览

## 立足专业出版，全面数字化管理内容资源

我社坚持做人文社会科学内容资源经营商的目标定位，以专业出版为突破口，围绕主题出版和品牌图书资源整合数字出版，以专业数据库产品建设为主要抓手，打造出皮书数据库等饮誉业界的知名数据库品牌，实现传统出版与数字出版的互动互补，全力推进数字资源的产品化建设并着力打造品牌。2014年，新版皮书数据库及列国志数据库全面发布上线，安装部署了期刊系统建设、集刊在线投稿系统，开发建设了皮书评价数据库，升级皮书媒体监测系统，实现出版社内容资源的全面数字化管理，实现内容资源的“深度制作，多元发布；深度标引，多重应用”。

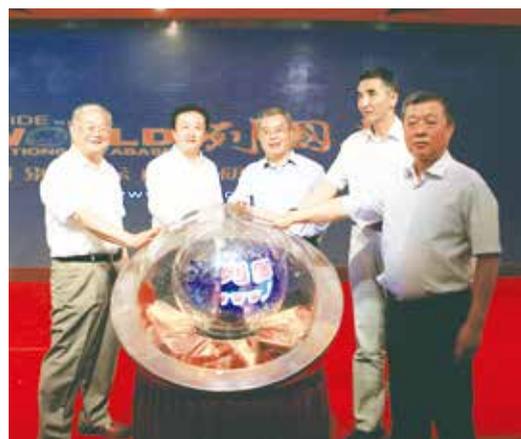
2013年,我社修订并颁布了《电子书经营与服务管理办法》,理顺我社电子书出版工作流程,加快我社电子书业务发展,进一步贯彻落实我社数字出版发展规划;制定了《数字内容资源管理办法(暂行)》,促进我社数字内容资源管理更加规范化、管理流程更加顺畅。

2014年8月,我社参与了新闻出版总署出版产品质量监督检测中心“出版物鉴定技术标准与规范研究项目”,作为两家测试验证单位之一,承接并完成了《数据库出版物质量检测方法》的测试验证工作。参与行业标准的制定,证明了我社在数字出版产品建设和数字内容质量保障方面的专业能力,扩大了我社在数字出版领域的影响力,为数字出版产业健康发展贡献了积极的力量。

### 举办“首届出版社数字产品营销论坛”

2013年9月5日,我社成功举办了行业内“首届出版社数字产品营销论坛”,来自13家出版社和研究机构的30余人出席了论坛,数字出版领域领先的出版社相关负责人共同参与研讨,交流各社数字产品营销的经验及教训,共享市场资源,为出版社数字出版营销工作提供参考和借鉴,为数字出版市场环境的完善提供建议,并就数字产品营销存在的相关问题进行了深入的探讨和交流。这次活动为促进数字出版行业良性健康可持续发展搭建了交流平台,大大提升了我社在数字出版行业内的影响力。





### 皮书数据库及列国志数据库全面发布上线

经过一年多的建设,2014年6月,新版皮书数据库及列国志数据库全面发布上线,成为出版社数字出版发展历程上一个重要的里程碑,在提高信息搜集整理水平、研究水平、决策水平,促进学术研究领域的交流等方面具有十分重要的意义。皮书数据库和列国志数据库均获得了软件著作权登记证书、软件产品登记证书,成为我社拥有自主知识产权的产品。数据库在建设思路和盈利模式上,朝资源整合、跨行业合作、提供服务支持的方向发展,实现了从仅提供“产品”到提供“产品+服务”的转变,实现了内容与技术互为支撑、互相融合,有利于更快地带动出版社整体转型升级,为其他传统出版单位开展转型升级工作继续提供有益借鉴。



## 召开数字产品营销代理商会议，搭建营销协作平台

2014年8月25日，我社组织召开了第一届数字产品营销代理商会议，围绕着“搭建协同营销平台，打造核心代理团队，实现长期合作共赢”这一主题，与参会的核心代理商共同就新产品推介、销售经验交流及合作问题进行了面对面的沟通。本次会议的基调非常务实，探讨了包括完善产品的销售模式、提高数据库产品的点击量、制作不同功能的宣传品、开展推广活动、价格策略与现实需求平衡、通过专业服务建立专业关系等问题。我社将以自身核心资源为主，进行全球性的渗透整合，搭建综合资源平台，建立成熟的运营模式、服务体系、合作方式和激励规则；以诚信为准则，与代理商共建无障碍、无缝隙的服务框架、流程与合作共享的平台。在代理商的服务方面，将建立起务实、高效的“快速响应”服务。

## 荣誉



## 展望

未来几年，我社的信息化与数字出版工作将依照《社会科学文献出版社数字出版战略规划（2015 ~ 2020）》，以“学术中国，智慧出版”为引领，围绕国家哲学社会科学发展战略，顺应时代发展趋势，全面发挥信息化与数字服务优势，打造智慧型出版社，为我国哲学社会科学领域的学术研究、人才培养、文化发展繁荣做出积极贡献。

# 为行业： 树立出版典范

作为一家专业的学术出版机构，我们始终贯彻党的路线、方针、政策和国家法律法规，恪守出版行业道德，严格遵守出版行业行为准则，倡导学术出版规范，推动出版业的繁荣进步和健康发展，树立有担当、负责任的学术出版形象。

我社社长谢寿光在业界倡导并在出版社内大力推行“研而优则编、编而优则研”的学术出版旋转门机制。2013~2014年，我们持续推动学术出版规范，设立博士后工作站，自主培育研究型出版人才；通过学术出版年会等交流平台，探索数字时代的学术出版发展道路，打造研究型出版社。

## 标准研发、起草，助力学术出版规范的行业推广

学术出版的规范对学术的发展和繁荣起着至关重要的作用。为了进一步提高我社学术出版质量，树立良好的学术风气，我社于1997年开始编创内部学术出版规范工作手册，同年完成第一部《编辑手册》，后经七八次易稿、补充完善，目前已经形成《编辑手册》《印制手册》《作者手册》《皮书手册》等系列规范文件，并建成内部学术出版规范制度。

2012年，我社联合国内50多家知名学术出版机构倡导中国学术规范发展。为推动学术出版繁荣发展，我们坚持宣传贯彻实施学术出版规范，在社内掀起“学规范、用规范”的氛围，并进一步将学术出版规范制度化、流程化。同时，社长谢寿光作为《学术出版规范》行业标准的总牵头人，继续推进后续规范的起草工作。2014年，我社完成《学术出版规范 一般要求》《学术出版规范 注释》《学术出版规范 引文》等3项标准的起草和报送，2015年还将承担4~5项标准的起草工作。

在关注与编制学术出版规范的过程中，我们认识到我国并不缺少关于学术规范的标准性文本，但是还缺乏一个便于执行、便于操作的实用性规范手册。因此，我社成立了“SSAP学术出版规范”课题组，启动写作、编辑和出版实用手册的编制工作。



2014年6月，经新闻出版广电总局人事司批准，由中国出版协会科技出版工作委员会主办，我社牵头，与中国社会科学出版社、中华书局有限公司、商务印书馆、大百科全书出版社联合举办了编辑联合培训班，来自五家出版社的226名编辑参加了培训。五家国内一流学术出版机构联合举办骨干编辑联合培训，这在业内还是第一次。培训班整合了国内顶尖学术出版专家资源，以数字化背景下编辑能力建设为主线，以推动学术出版规范工作为重点，以数字出版、国际出版、新媒体营销为亮点，以学术出版机构编辑发展实际需求为出发点，全方位为编辑的学术出版能力、基本素养和编辑策划能力提升提供支持。

## 成立皮书研究院，加强对学术图书出版的研究与规范

2009年1月我社成立了皮书评价研究中心，进行皮书评价研究与管理。为进一步加强皮书研究，提高学术出版行业研究水平，搭建科学研究与学术出版的互动平台，2014年1月，皮书研究院在皮书评价研究中心的基础上成立，并在文化与出版产业、智库产品出版与传播、中国智库建设等领域开展应用性研究。

皮书研究院围绕“皮书”这一著名学术品牌和图书品牌，开展评价与相关领域的研究，全面统筹皮书学术规范、评价评奖、品牌发展等管理工作，搭建中国皮书网、皮书年会等线上、线下智库交流合作平台，维护并分析皮书相关基础数据与信息；开发智库报告类产品的评价指标体系，组织皮书评价评奖活动；进行专业智库研究，开发具有自主知识产权的智库研究成果；具体运营我社博士科研工作站；为我社打造研究型出版社提供智力支持。

## 承担重点课题，提升自主研发能力

我社依托自身科研力量，积极申报社会科学界及出版业界课题，向社会贡献智库成果，并自筹经费，设立有益于社会和行业发展的课题，进行稳步扎实的研究。

### 承担国家社科基金重点项目

2014年6月，社长谢寿光主持的“中国学术图书质量分析与学术出版能力建设研究”获得国家社科基金重点项目立项支持。课题研究成果将为我国学术图书质量提升与学术出版能力建设进行相关理论研究，并提供可行性对策建议。

### 自设课题

加强中国特色新型智库建设，是我国适应新时期发展需要的重要举措。作为智库产品——皮书的专业学术出版单位，对智库机构展开研究，孵化智库产业，传播智库产品，是我社应有之义。2014年初，我社设立“中国智库建设研究”课题，对中国智库进行实践与理论研究，旨在为中国特色新型智库建设做出学术出版机构的贡献。

## 发布首部 CSR 报告，树立企业公民形象



2013年12月2日，由我社和中国新闻出版研究院联合主办的“中国出版企业社会责任研讨会暨社会科学文献出版社企业社会责任报告(2012~2013)发布会”在京举行。中国社会科学院企业社会责任研究中心、中国社会科学院科研局、中国新闻出版研究院、

人民出版社、中国出版传媒商报、百道网等单位的专家学者齐聚一堂，共同研讨转型期出版企业履行社会责任的意义，以及如何将社会责任践行与企业经营融合实现多方和谐发展等问题，并正式发布首部《社会科学文献出版社企业社会责任报告》。作为我国单体出版第一份真正意义上的企业社会责任报告，该报告系统地阐述了我社由中国知名的人文社会科学专业学术出版机构到如何成长为一位优秀“企业公民”所历经的实践和思考，其发布标志着我国出版行业正步入了积极践行社会责任的“成熟期”。

## 搭建行业交流平台，推动学术出版走出去

为更好地借助中国学术出版构建中国国际话语权，助推中国学术出版走出去，2014年1月7日，由我社与中国新闻出版研究院、百道网、出版商务周报社联合主办的“2014中国学术出版年会”在北京朝阳规划艺术馆举行。本届年会以“全球视野下的学术出版与营销”为主题，来自国家新闻出版广电总局、中国新闻出版研究院、上海市新闻出版局、百道网、万圣书园、当当网、武汉三新书业有限公司等多家出版发行单位的领军人物，以及图书馆代表、国际出版机构代表、在京出版业媒体记者近200人出席大会，共商全球化背景下中国的学术出版与营销。



## 加强图书质量管理，实践出版行业文化责任

经过多次论证，我社于 2014 年制订了《社会科学文献出版社图书质量检查办法》《重点图书质量管理办法》及《关于加强英文印前质检的若干规定》等具体规定，为我社的图书质量管理提供制度性支持，进一步提高了我社的图书质量。

2014 年初，为进一步提高我社的图书质量，加强编校质量管理，我社在原有质量管理室的基础上成立了编审室。初步组建了一支由 20 余名经验丰富的社外专家组成的质检队伍，为进一步提高图书质量提供有力的人才支持，加强印前质检，制定印前质检登记制度，保证印前质检工作的合理有序。自编审室成立后，我社图书质量得到更有效的保障，在上级主管部门的图书质量检查中，未出现不合格产品。

## 坚守学术阵地，打造行业先锋

近年来，我社坚守学术出版阵地，坚持“创社科经典，出传世文献”的出版理念和“权威、前沿、原创”的产品定位，走内涵式发展道路，通过学术产品的专业化、系列化、市场化运作，团结奋进、锐意改革，在学术出版领域取得了令人瞩目的成绩。

中国出版政府奖是我国新闻出版领域的最高荣誉，每三年评选一次，旨在表彰和奖励国内新闻出版业优秀出版物、出版单位和个人。

2014 年初，在第三届中国出版政府奖表彰大会上，我社荣获“先进出版单位奖”。这是我社继 2012 年获得“全国文化体制改革工作先进



出版政府奖纪念奖杯



单位”之后，获得的又一项重要的集体荣誉，是对我们坚守学术出版的最大肯定。

## 共谋发展，携手营造和谐向上的出版文化

利用在行业内的影响力，我社积极倡导建立和维护行业公平竞争环境，营造和谐向上的出版文化。为加强行业出版社之间的沟通、交流与协作，弘扬学术出版的优良传统，共促行业健康发展，2013年11月，秉承“书以养志，球以达观；文体共进，各展风采”的宗旨，我社承办了北京地区出版社首届“联盟杯”篮球邀请赛，共有12家出版社参加。比赛期间，出版社之间就行业发展、经营战略、社会责任等方面进行了深入交流。通过这次邀请赛，员工锻炼了体魄，增进了友谊，增强集体凝聚力和团队精神的同时，达到了增进行业交流的目的，为共同营造和谐向上的出版文化氛围起到了积极的作用，成为出版行业内有影响力的球类比赛品牌。



## 打造新锐品牌，为学术出版注入新活力



“甲骨文”是2013年我社全新打造的译著品牌，借助一个古老的名字体现学术经典的重生，成为我社编辑部机制改革后市场化运作的成功典范。在我社众多的图书品牌中，“甲骨文”别具一格，成为近年来国内引人注目的学术出版新锐。几位年轻人充分利用出版社的平台，以独特的眼光和胆识，全力开垦着学术翻译的中间地带。在他们的不懈努力下，短短两年间“甲骨文”品牌已累计出版了30余个品种，社会影响力迅速扩大。2014年，“甲骨文”被评为《新京报》致敬年度出版品牌，我社被评为深圳读书月年度致敬出版社，“甲骨文”品牌图书在全国各大主流媒体年度书单中频繁出现。虽然“甲骨文”的图书并不是传统意义上的经典，但其对当下中国学术发展意义重大，为传统学术出版注入了一股新的活力。

# 为学术： 促进专业建设

作为直属于中国社会科学院的人文社会科学专业学术出版机构，我社面向中国与世界人文社会科学界，坚持为人文社会科学的繁荣与发展服务，通过参加各类学术活动，搭建学术平台，积极助推学术成果“走出去”，构建中华学术国际话语权。

## 启动学术资源建设工程，着力践行学术出版梦

学术资源建设是学术出版社立足发展的基础，也是学术出版社在激烈的市场竞争中立于不败之地的根本保障。为应对挑战，切实提高我社综合实力和核心竞争力，确保我社稳定长期可持续发展，2014年我社全面启动了学术资源建设工程，发布了《社会科学文献出版社关于全面推进学术资源建设的决定》，从制度设计上保障了学术资源建设工程的有序开展。一年来，我社立足中国社会科学院，面向全国以至国际哲学社会科学领域的高校与科研院所，广结友善，精诚合作，携手打造学术共同体，构建学术发展平台，出版了一大批学术影响力与社会影响力并重

的系列图书，学术资源建设工程颇具成效。

2014年，我社以社科院学术期刊为核心和基础，发挥规模优势，吸纳了更多优秀学术期刊和学术集刊。截至2014年底，我社全年共计印制发行中国社会科学院学术期刊71种（中文刊67种，英文刊4种），全院学术期刊采编系统建设项目也进入实施阶段。从组织架构、人员配置、工作机制等方面进行统筹协调、分工协作，逐步探索出一套紧密衔接、高效运行的工作模式，通过管理体制和运营模式的创新，80%的期刊实现了统一用纸，装帧、印制质量总体上有很大提升。出版社与各排版厂、印厂、邮局等对接，实现了统一管理、统

一寄送、统一结算，为各学术期刊编辑部节省了大量人力物力，解放和激活编辑生产力，使编辑能有更多精力投入到提升期刊学术水平和编校质量的工作中去。

原新闻出版总署对我院学术期刊“统一印制、统一发行”的工作给予了充分肯定和高度重视，并以《中国社会科学院积极探索学术期刊出版发行新模式》为题制作简报，

上报刘云山等国家领导人以及中央文化体制改革领导小组，《中国新闻出版报》也对此进行了专访。2013年9月我社与中国社会科学杂志社一起组团代表中国社会科学院参加了中国首届期刊博览会，获得了优秀组织奖和设计创意奖，国家新闻出版广电总局的领导视察了展区，并对我们的学术期刊改革工作给予了肯定。



## 积极参与学术活动，打造专业学术共同体

作为一家专业学术出版机构，以学术编辑为代表的社科文献出版人积极投身于各类人文社会科学学术活动，以学者身份参与各类学术研讨会，立足学科前沿，为自身所属学科的发展出谋划策。2013年7月至2014年末，我社积极参与社会学、经济管理、政治学、传播学以及国际关系等学术年会50余场，并提供相关支持活动，以出版平台建设为契机构建皮书年会、集刊年会等不同类型的学术平台。



谢寿光

社长，兼任中国社会学会秘书长

PRESIDENT



杨群

总编辑，兼任中国史学会副秘书长

CHIEF EDITOR



徐思彦

副总编辑，兼任中国史学会理事

DEPUTY EDITOR



童根兴

总编辑助理，兼任中国社会学会副秘书长

ASSISTANT EDITOR



## 中国社会学学术年会

每年一度的“中国社会学学术年会”是社会学界的最大盛会，2013年与2014年，大会分别以“美丽中国：城镇化与社会发展”“全面深化改革与社会治理现代化”为主题在贵阳、武汉举行。会议主题往往契合当年社会热点，为各界学者、研究人员提供了充分的、多维度、多视角的交流平台，兼具现实价值与学术价值。我社作为国内最大的社会学出版基地，不仅对年度最新出版成果进行了汇总展示，多年来已经成为学者参加年会的必选项目，更派出数名社会学专业背景的编辑跟会学习，了解学科前沿知识，增强学科编辑能力，与参会学者沟通交流，备受学者好评。

## 皮书年会

“皮书年会”是我社打造的“品牌学术年会”之一，到2014年已经是第十五个年头了。经过15年的发展，每年一度的皮书年会已不仅仅是学术会议，更为智库之间的交流搭建了平台，成为研究中国智库发展的盛会。每年年会时，来自不同专业、不同学科、不同单位的皮书研创者共同参加关于皮书研创主题研讨。通过大会主论坛、主题分论坛的形式，与会者在讨论中获得信息、交流经验，既可以分享学术平台构建中科学管理的经验，又可以针对具体的学术融合问题进行跨学科的碰撞。2014年8月15~16日，“第十五次全国皮书年会（2014）：大数据时代的皮书研创”在贵州贵阳隆重召开。来自中国社会科学院、地方社会科学院以及高校、政府研究机构等近200个皮书课题组的300多名皮书主编、专家、学者和媒体记者出席了会议。本次会议是历届皮书年会规模最大、参会人数最多的一次。中国社会科学院副院长李扬，贵州省副省长何力，贵州省政协副主席孔令中，国家新闻出版广电总局原副局长、中国出版协会常务副理事长邬书林，全国哲学社会科学规划办公室副主任姜培茂，贵州省社会科学院党委书记金安江，中国社会科学院科研局副局长陈文学，贵州省社会科学院院长吴大华，国家新闻出版广电总局出版管理司副巡视员袁越伦等有关领导出席了这次盛会。



## 集刊年会

自2012年起，我社每年都出版多种集刊，截至目前，出版的集刊已经超过110种。2013年，我社联合杭州市社会科学院、杭州师范大学社科联在杭州开展了第二届集刊年会。2014年11月7~9日，我社在南京成功举办了“第三届人文社会科学集刊年会”，中国社会科学院副院长、学部委员李培林，南京大学校长、中国科学院院士陈骏，中国出版协会常务副理事长、中国图书评论学会会长邬书林等领导出席会议并发言。会议以“学术集刊与学术评价”为主题，广泛讨论了学术集刊的评价机制和学术集刊工作的未来发展方向，并首次颁发了我社“优秀学术集刊奖”。通过对优秀学术集刊的评选，进一步推进集刊品牌建设，提升集刊的学术质量。今后，我社将以人文社会科学集刊年会为契机，规范学术集刊出版内容，进一步推动学术集刊品牌建设，提升学术集刊的社会影响力与知名度，争取将学术集刊打造成我社另一品牌项目。



## 构建学术成果发布平台，传播学术新知

近年来，我社一直致力于自身的品牌传播和形象塑造。我们通过在业内和人文社会科学领域的重点媒体发声，全面推广图书品牌、专家作者与数据库产品等；通过在国内外组织的一系列学术交流活动，向社会和大众传播我们的学术理念和价值观，为搭建全方位高端学术出版平台、推动中国人文社会科学学术研究发展竭尽全力。

2013年7月至2014年12月我社部分专题报道

时间	事件	媒体
2013年7月9日	社科文献：探索中不断推进数字化转型	《中国新闻出版报》
2013年8月20日	一个“有梦的出版人”	《人民日报》
2013年11月9日	探索者与领路人——记陆学艺教授二三事	《新京报》
2013年11月1日	挖掘学术文化精髓 共圆中国学术出版梦	《今传媒》
2013年12月23日	社科文献积极践行企业社会责任	《中国社会科学报》
2014年1月6日	中国首部单体出版社企业社会责任报告发布	《新闻出版报》
2014年3月5日	2013年社会科学文献出版社获奖图书年度盘点	《中国社会科学报》
2014年7月10日	我们真的了解列国吗？《列国志》和列国观	《南方周末》
2014年9月24日	新常态 新视野——《全面深化改革研究书系》报告会在京举行	《中国社会科学报》
2014年10月15日	打磨精品 助推改革——《全面深化改革研究书系》	《中国新闻出版报》
2014年11月17日	皮书系列：用中国话语讲述中国故事	《中国新闻出版报》

2013年7月至2014年底,我社与各学术研究机构面向海内外媒体共举办各类新书发布会300余场,为媒体与公众提供最新的人文社会科学研究成果和新闻资讯近3000篇,积极搭建学术成果的发布与传播平台,以学术成果的发布与研讨会议、讲座、沙龙等多种形式面向媒体与公众传播最新的研究成果,展现了我社出色的媒体管理与学术传播能力。

2013~2014年重点发布会一览

时间	会议名称	联合主办单位
2013年7月3日	《中国公共财政建设报告(2013)》 全国版和地方版发布会	中国社科院财经战略研究院
2013年7月9日	《澳门文化丛书》发布会暨 “从海洋文化看澳门东西方文化”座谈会	澳门特别行政区文化局
2013年7月22日	《美国问题研究报告(2013)》发布会	中国社科院美国研究所、 中华美国学会
2013年8月9日	《中国政治参与报告(2013)》发布会	中国社科院政治学研究所、 调查与数据信息中心
2013年8月22日	《大湄公河次区域合作发展报告(2012~2013)》 发布会暨学术研讨会	云南大学大湄公河次区域研究中心 中国社科院社会学研究所、北京工业大学
2013年8月31日	陆学艺追思会暨《当代社会建设》发布会	人文社会科学学院、 国家行政学院文化与社会教研部
2013年9月4日	《文化软实力和国际谈判》新书座谈会	中国国际经济交流中心、商务部政研室
2013年12月25日	2014年《金融蓝皮书》发布暨 中国金融形势报告会	中国社科院金融研究所
2013年12月26日	中国社会科学院反腐倡廉蓝皮书发布会暨 第七届廉政研究论坛	中国社科院中国廉政研究中心
2013年12月26日	《中国大学生生活形态研究报告(2013)》发布会	中国教育报刊社、北京大学党委宣传部等
2014年1月8日	《2013~2014年中国旅游发展分析与预测》发布会	中国社科院旅游研究中心
2014年1月13日	影视成果发布会暨数码博物馆方案研讨会	中国社科院社会学所、中国社科院图书馆
2014年1月22日	《中国国际移民报告(2014)》蓝皮书发布会 暨中国国际移民研讨会	中国与全球化智库(CCG)、 中国国际人才专业委员会、亨瑞集团
2014年2月9日	中国社会科学院经济学部2014年经济形势座谈会	中国社科院经济学部
2014年2月24日	2014年《法治蓝皮书》发布暨中国法治发展 与展望研讨会	中国社科院法学研究所

## 2013~2014 年重点发布会一览

时间	会议名称	联合主办单位
2014年3月13日	新版列国志《法国》新书发布会暨 中法建交五十周年研讨会	法国驻华大使馆
2014年3月25日	2014 京津冀蓝皮书新闻发布会	首都经济贸易大学
2014年3月31日	《日本研究报告(2014)》发布会暨 日本形势研讨会	全国日本经济学会、 中国社科院日本研究所
2014年4月11日	《中国农村经济形势分析与预测(2013-2014)》发布会	中国社科院农村发展研究所
2014年4月12日	《中国文化产业发展报告(2014)》发布会暨 “文化产业双周论坛(第三期)”	中国社科院文化研究中心、 《光明日报》文化产业研究中心
2014年4月28日	“从非正规性到发展: 中国和拉丁美洲的城市化、 创业和竞争力”国际研讨会之《拉丁美洲和加勒 比发展报告(2013~2014)》发布会	中国社科院拉丁美洲研究所
2014年4月28日	青年蓝皮书:《中国青年发展报告(2014) No.2》 新书发布会暨“流动时代下的安居”学术研讨会	对外经济贸易大学青年发展研究中心
2014年4月29日	2014年中国房地产高峰论坛暨《房地产蓝皮书》发布会	中国社科院城市发展与环境研究所
2014年5月6日	2014《国家安全蓝皮书》暨 中国国家安全形势评估与展望研讨会	国际关系学院国际战略与安全研究中心
2014年5月6日	“第2届中国新型城镇化峰会”暨 《中国新型城镇化健康发展报告(2014)》发布会	发展中国论坛(CDF)、 国家行政学院新型城镇化研究中心
2014年5月9日	《城市竞争力蓝皮书: 中国城市竞争力报告 No.12》发布会	中国社科院财经战略研究院、 城市与竞争力研究中心
2014年5月15日	首届中国民生问题论坛暨民调蓝皮书 《中国民生调查报告(2014)》发布会	上海交通大学舆情研究实验室社会调查中心
2014年5月16日	《中国慈善发展报告(2014)》 发布会暨中国慈善事业发展研讨会	中国灵山公益慈善促进会、 中国社科院社会政策研究中心
2014年5月18日	《防控“甲流”——中国内地甲型 H1N1 流感应 对评估》新书发布会	清华大学公共管理学院
2014年5月25日	《形象危机应对研究报告(2013~2014)》发布会	中国人民大学危机管理研究中心
2014年6月9日	《2014年中国大学生就业报告》发布会	麦可思研究院
2014年6月12日	2014 移动互联发展大会暨第五届中国手机应用 开发者大会《移动互联网蓝皮书》分论坛	人民网研究院
2014年6月25日	《中国新媒体发展报告》2014 版发布会暨 新媒体发展研讨会	中国社科院新闻与传播研究所

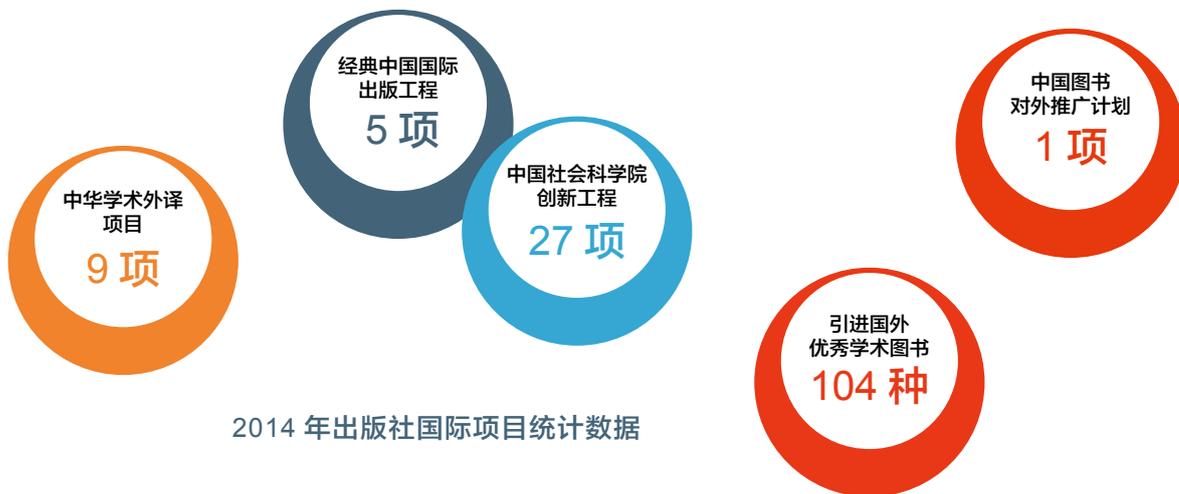
2013~2014 年重点发布会一览

时间	会议名称	联合主办单位
2014年9月12日	新常态·新视野: 《全面深化改革研究书系》报告会	社会科学文献出版社
2014年9月17日	2014年中国城市发展高峰论坛暨 《城市蓝皮书 NO.7》发布会	中国社科院城市发展与环境研究所
2014年9月23日	《中国老龄产业发展报告(2014)》 新闻发布会和首发式	中国老龄科学研究中心
2014年10月8日	中国梦与中国发展道路研究丛书(英文版) 新书发布会	施普林格出版集团(Springer)
2014年10月8日	《中国社会心态研究报告(2014)》发布会	中国社科院社会学研究所
2014年11月5日	2014年气候变化绿皮书发布会暨气候治理与 节能减排高峰论坛	中国社科院城市发展与环境研究所、 中国气象局气候中心
2014年11月13日	《中国企业社会责任研究报告(2014)》	中国社科院经济学部、工业经济研究所、 社会发展战略研究院、 中国社科院经济学部企业社会责任研究中心、 正德至远社会责任机构
2014年12月3日	“中俄青年比较研究”项目成果发布暨 学术研讨会	中国社科院社会学研究所
2014年12月15日	中国社会科学院2014年度创新工程 重大科研成果系列发布会 “2015年《经济蓝皮书》发布暨 中国经济形势报告会”	中国社科院主办, 中国社科院经济学部、 科研局、数量经济与技术经济研究所
2014年12月16日	《中国反腐倡廉建设报告 No.4》发布会	中国社科院中国廉政研究中心
2014年12月24日	中国社会科学院2014年创新工程重大科研成果 系列发布会——重大人文基础研究成果专场	中国社科院主办
2014年12月24日	2015年《社会蓝皮书》发布暨 中国社会形势报告会	中国社会科学院主办, 中国社会科学院科研局、社会学研究所
2014年12月25日	中国社会科学院2014年创新工程 重大科研成果系列发布会 ——重大理论和现实问题研究成果专场	中国社科院主办
2014年12月26日	2015年《世界经济黄皮书》《国际形势黄皮书》 发布暨世界经济与国际形势报告会	中国社科院世界经济与政治研究所

## 打造跨国专业学术交流平台，构建中国学术国际学术话语权

自 20 世纪 80 年代以来，在各国科研机构和院校以及专家学者的推动下，中西方学术交流项目常规化。作为直属于中国社会科学院的专业学术出版机构，我社一直致力于中国学术话语的海外传播，参与构建可与国际学术规范对接的中华学术规范体系，着力提升本土学术出版物规范标准和水平，助力中国的学术话语与国际社会以及学术界接轨，推动中国学术海外话语权的扩大和增强，将打造“国内一流、国际知名”的高端学术出版机构作为我社立社和发展的重要目标定位。

在国际出版方面，我社一直积极主动参与多项学术交流活动，扩大品牌知名度，增强品牌影响力。2013 ~ 2014 年，我社持续致力于中国学术出版走出去，组织学者和骨干编辑参加国际书展、国际学术年会，充分利用国际书展及大型国际会议的机会，向世界展示中国学者的学术水平和研究成果，加大我社国际出版能力的宣传与推广力度；构建中国与海外专业学术成果交流的平台，助力中国的学术话语与国际社会以及学术界接轨，推动中国学术海外话语权的扩大和增强，为国内外学者提供专业、权威和科学的学术信息。通过主动积极地寻求合作伙伴、把握学科前沿动态和不断推出精品学术作品，我社在打造跨国专业学术交流平台、构建中国学术国际话语权方面起到了重要作用。





拜访 Brill 荷兰总部



世界各国社会学者参观我社展位



参观宾夕法尼亚大学智库研究中心



与世界社会学会组织委员会委员陈立行合影



谢社长与联合国副秘书长大卫·马龙在联合国总部举行的学术研讨会上



美国亚洲年会期间与麦克米伦出版社成员在我社展位



与 Springer 代表在法兰克福书展

2014年我社共54人57人次出访10个国家和地区(美国、德国、英国、法国、俄罗斯、日本、荷兰以及中国港澳台地区)。主要出访活动包括美国亚洲年会、德国法兰克福书展、英国伦敦书展、世界社会学大会、香港书展等一系列图书展和学术交流会议，访问了与我社有重要合作关系的国外出版社和高校等研究机构。

#### 部分合作出版成果

书名	合作出版机构	语种
《中国经济增长报告》	澳大利亚国立出版社	英文版
《2014年中国社会形势分析与预测》	博睿出版社	英文版
《冷战与新中国外交的缘起 1949-1955》	博睿出版社	英文版
《习近平时代的经济挑战和外交政策》	博睿出版社	英文版
《中国少数民族语言政策研究》	德古意特出版社	英文版
《“全球化”的宗教与当代中国》	东京公司	日文版
《毛泽东对新中国的历史贡献》	俄罗斯涅斯托尔文学出版社	俄文版
《关于子孙违犯教令的历史考察》	韩国研究中心	韩文版
《市场化改革与公共财政职能转化》	劳特利奇出版社	英文版
《东亚消费金融市场的发展》	麦克米伦出版社	英文版
《金融监管发展报告》	麦克米伦出版社	英文版
《工资、汇率与顺差》	帕斯出版社	英文版
《中国城市发展史》	帕斯出版社	英文版
《中国阿拉伯文化交流史话》	沙特阿拉伯国王大学出版社	阿拉伯文版
《马克思主义与当代中国社会发展》	圣彼得堡国立经济大学出版社	俄文版
《中国金融稳定：内在逻辑与基本框架》	世界科技	英文版
《资产证券化：变革中国金融模式》	世界科技	英文版
《中国公共财政建设指标体系研究》	斯普林格出版社	英文版
《中国收入分配研究报告》	斯普林格出版社	英文版
《多元城镇化与中国发展——战略及推进模式研究》	托雷斯出版社	英文版
《转型期中国城市家庭变迁》	托雷斯出版社	英文版
《中国旅游发展分析与预测》	中国出境游研究所	英文版

## 持续提供资金支持，推动学科发展

身为专业出版机构，我社不仅参与构建学术共同体，更在经费上对学术会议服务与学科建设给予了支持。一年一度的中国社会学会学术年会每年都吸引上千名中外学者的热情参与，每届年会都依据《中国社会学会学术年会优秀成果奖评奖条例》评选出优秀论文并给予奖励，论文获奖者奖金均由我社全额资助，获奖论文集也由我社提供出版资金支持，此项目我社至今已连续资助了14年。

2003年4月起，我社在厦门大学社会学系设立“社科文献奖学金”，每年选取社会学系研究生1名、本科生3名，并分别给予1500元、1000元的奖励，通过表彰在社会学、社会工作学术领域成绩突出、品学兼优的学生，勉励学生勤奋学习、勇于创新，攀登学术高峰。2014年也是该奖励活动顺利开展的第12年，此举对厦门大学社会学学科建设及人才培养起到了非常有效的推动作用。

## 设立博士后科研工作站，推动研究型出版社建设

2013年8月，经国家人力资源和社会保障部批准，我社博士后工作站设立，社科文献出版社向研究型出版社转型迈出了关键性的一步。2014年5月，我社博士后科研工作站与中国社会科学院社会学研究所、中国传媒大学的博士后流动站正式签订联合培养协议，同时招收3名符合条件的博士进站，从事学术图书评价、学术出版能力评价和其他相关课题研究。博士后科研工作对于培养学术与出版界高素质人才，促进科研机构与出版机构的融合互动，提高科研成果的社会效益，增强学术出版机构科研能力有重要意义。



## 皮书评价指标化信息化自动化，探索人文社科成果评价机制



在做好本职学术出版工作的同时，我们不断尝试进行人文社会科学研究创新。我社的核心品牌“皮书系列”起源于20世纪90年代末。经过20多年的培育，皮书作为智库产品，已然成为社会科学专业工作者为现实服务的有效方式之一，成为社会科学专业工作者的话语工具，成为国际国内社会各界快速、便捷地了解所关心对象的最佳窗口。为进一步提升“皮书”这一中国社会科学界知名智库品牌的价值，我们采取切实有效措施，不断创新内容，规范皮书质量管理体系，保证皮书的权威性和高质量。

皮书评价工作从2009年开展以来，从单一对皮书内容进行评价，扩展到对皮书内容质量、媒体影响力、社会影响力等全方位的评价。针对皮书这一人文社会科学年度报告的特点，2010年我们创建了皮书综合评价指标体系，对皮书的内容质量和社会影响力进行定性指标与定量指标的综合评价。这一评价指标体系是客观、科学、系统评价皮书内容质量、学术影响力、媒体影响力、国际影响力的重要依据，是皮书资助、皮书评奖和皮书淘汰的重要依据，同时也是社会科学文献出版社对我国人文社会科学成果评价的积极探索。



为了保证评价的科学、权威、公正，皮书评价按照专家分组、皮书分类的原则，实行同行专家评审。目前，虽然指标体系、评价方法、评价程序、评委组成有待完善，但是皮书评价已经得到了皮书课题组乃至学术界的广泛认可，不仅加强了对皮书的规范性管理，提升了皮书的内容质量和社会影响力，还为探索人文社会科学成果评价机制、促进科研机构的科研管理创新，尤其是对促进人文社会科学研究创新起到了积极的推动作用。

为实现皮书评价评分便捷化、数字化和自动化的需求以及对皮书媒体监测专业性、精准性和全面性的需求，2014年我社投入建设了皮书评价数据库和皮书媒体舆情监测系统。皮书评价数据库实现了皮书评价分类和指标的录入，实现最终评价结果自动化计算、汇总及多种类报表展示等功能。舆情监测系统的建立有助于出版社及时发现和分析舆情信息、健全媒体沟通机制，有利于进一步改进和加强出版社的宣传营销工作、全面了解企业及产品的影响力和口碑，能够为编辑提供选题参考，为销售、宣传部门提供营销策略参考及营销效果反馈，及时提供读者和用户反馈。

# 为客户： 提供多元服务

对于出版机构而言，读者与作者始终是不变的服务对象。多年来，我们坚持把读者和作者视为最宝贵的财富，逐渐建立起一个贯穿“读者开发—前期引导—消费咨询—售后反馈—增值活动”全过程的专业客户服务团队，把为读者特别是学者提供多元化、定制化的服务作为企业社会责任的重要一环，用最专业的服务满足各类读者的需求，使每一个学术成果都能够传播到最需要它的读者手上，从而实现学术成果价值的最大化。

## 以读者需求为导向，实现多渠道接入

随着信息技术的发展和人们获取信息渠道的变化，我们从读者的行为习惯及便利性角度出发，不断推动服务接入的完善和改进，希望用户能够在其需要的时候以最简单、最直接的方式联系到出版社。2014年，我们在电话、传真、邮箱、QQ等传统服务接入方式的基础上，进一步开拓沟通渠道，通过出版社中英文官方网站以及微信、微博、豆瓣小站等移动终端为读者提供服务。

我们运用科学的方法对读者信息数据进行分类分级的深度研究，有效把握读者需求，精心遴选、整合人文社会科学领域的优秀产品信息资源，通过多种传播渠道向有特定阅读偏好的读者推送有价值的产品信息。主要包括：每天在出版社官方微信平台上发布专业书评、精彩书摘、最新活动信息，在官方网站和各个学科微博及豆瓣小站第一时间更新发布产品信息；每周通过邮件形式向特定分类读者推送相关领域的最前沿学术动态；定期参加各类学术会议，展示我社相关学科的重点书籍；定期给相关主题需求的读者寄送纸质阅读引擎或自编刊物；每个工作日推送深度阅读资讯；等等。

## 线上线下并行，提供高端学术服务



在大数据与新媒体盛行时代，我们非常重视社交媒体的应用，利用各种信息平台第一时间推送产品资讯与各类活动，方便与读者用户互动，并获得最直接的用户反馈。我社官网功能不断升级，提供最全、最新的在线阅读学术文章与新书信息，发布各学科学术会议、论坛动态，并刊登最新媒体报道与书评书摘供读者赏析。

除了官方网站之外，我们还充分利用更便捷的微信、微博、豆瓣等工具，让读者通过移动终端也可以及时了解到我社资讯。针对不同的平台，我们也设计了不同的内容，用文字、图片、视频等多元形式表现出来，满足读者的多样需求。目前我社新浪微博已有两万多粉丝，官方微信也得到上万名粉丝的关注，读者也更喜爱通过这些新媒体平台与我们沟通，咨询产品讯息、反映对图书产品的喜爱或提出意见与建议。

利用线上平台凝聚读者用户的同时，定期举办线下活动，邀请知名学者和作者为读者开展免费讲座、沙龙，使读者朋友能面对面与喜爱的作品创作者互动交流，又为作者与学者提供了一个接受读者反馈的平台，拉近了读者与作者的距离，也践行了我社传播学术文化、服务读者的社会责任。

我们长期以搭建学术圈、媒体界与读者、作者交流平台为己任，多年来，持续通过发布会、研讨会、讲座、论坛、沙龙等平台发布学术成果，建立互动渠道。2013年6月至2014年12月，我社举办重点书目新书发布会、线下沙龙与讲座、座谈会、研讨会共计201场，将学术大家、媒体同仁、优质作者与忠实读者凝聚起来，共同传播学术价值，研讨最新研究成果，充分为作者、读者、专业人士提供发声空间。

2013年7月至2014年部分线下活动			
日期	地点	讲座名称	主讲人
2013年7月24日	北京	社科文献大讲堂：迈向后现代社会的价值观念革命	罗纳德·英格尔哈特、丛日云、沈明明、徐湘林、卢春龙
2013年8月12日	北京	陈独秀的救国之路：民主—专政—更高的民主	唐宝林、陈铁健、雷颐、王奇生、杨琥
2013年8月15日	上海	孔子的江湖——权力、人脉、情感	李中华
2013年8月18日	上海	阶层固化与代际梦想	廉思
2013年10月31日	北京	中国生育政策改革主题沙龙	顾宝昌、郭志刚、王广州、李建新
2013年11月2日	北京	殿堂购物和网络购物：新穷人伦理——《这些年我们的精神裂变》讲座	周志强、赵勇
2013年11月30日	北京	每一个人都是精神分裂者：读懂我们的时代——《这些年我们的精神裂变》讲座	周志强、陶东风、张天潘
2013年12月13日	北京	共同历史教科书如何可能？——以德国与法国、波兰共同历史教科书为例	步平、Eskhardt Fuchs
2014年1月9日	北京	“城镇化”沙龙暨《新型城镇化蓝皮书》启动仪式	付崇兰、魏后凯、李伟、张志前
2014年1月10日	北京	从《美国大外交》中我们能学到什么？	雷建峰、苗吉
2014年3月22日	北京	那些被觊觎的珍宝——由《清明上河图》讲起	野岛刚、李长声、张天潘

日期	地点	讲座名称	主讲人
2014年3月26日	北京	王明的真实人生——《王明年谱》读书沙龙	郭德宏、韩纲、王海光、王奇生、黄道炫、徐进
2014年5月19日	北京	“美国人的苏联研究”座谈会	格雷弗·弗、埃尔伯特·萨吉斯、韦德·哈拉比
2014年5月20日	北京	社科文献大讲堂：改革历程中的中国资本市场	王国刚、赵锡军、贺强
2014年7月1日	北京	《红星照耀太平洋》出版座谈会	钟飞腾、林民旺、刘笑阳、赵明昊
2014年8月6日	北京	“一战百年——和会、五四与中国外交”媒体沙龙	唐启华、王奇生、王建朗、刘苏里、侯中军
2014年8月6日	北京	被五四情怀遮蔽的和会外交	唐启华、汪朝光
2014年8月19日	上海	电商的战国——《电商大时代》新书推介及读者沙龙	李芒巍
2014年9月13日	北京	“卖国贼”种下的果实： 五四运动与巴黎和会上中国的外交	马勇、刘苏里
2014年9月21日	北京	2014 吉原恒淑中国行	吉原恒淑、方堃、刘怡
2014年9月26日	深圳	乾隆帝：天之骄子，世之凡人 ——欧立德《乾隆帝》读书会	欧立德、定宜庄
2014年10月23日	北京	流动中国的乡村社会 ——《无主体熟人社会及社会重建》读书沙龙	吴重庆、卢晖临、李礼、叶一剑
2014年10月25日	南京	当年的那一片海——陆大鹏谈《地中海史诗三部曲》 《阿拉伯的劳伦斯》及文明的较量	陆大鹏
2014年11月15日	北京	今天我们应该怎样理解甲午战争 ——携《甲午两甲子：忆与思》新书发布	贾葭、马勇





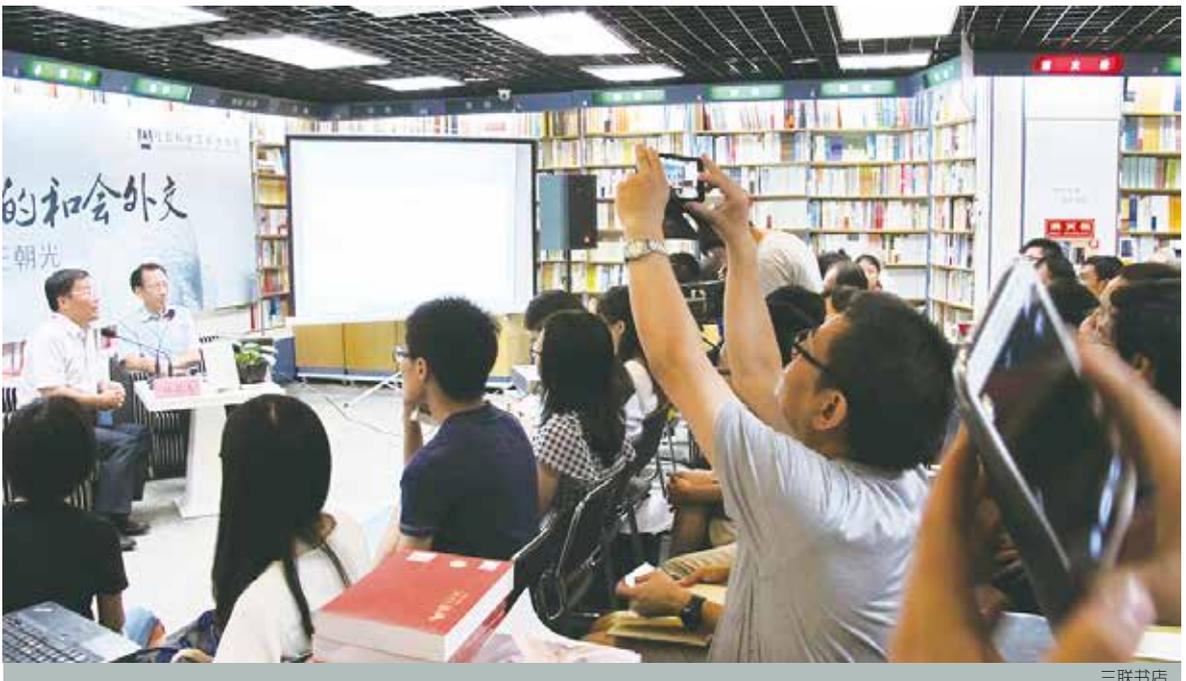
蓝厅



绿坞



单向街



三联书店

## 完善服务细节，高效解决问题反馈

---

长期以来，我们在产品的“版权页”上清晰地标明售后服务热线，以便读者发现产品问题后及时更换，因更换问题产品而产生的邮资由出版社承担；在产品的“版权页”上也清晰地标明了责任编辑的姓名、联系电话和电子邮件，以便读者在对图书内容产生疑问或想与责编联系时有可沟通的途径。近年来，我们更与新媒体紧密结合，利用微博、微信等即时通信手段与读者进行互动，对于读者反馈的信息及时予以回复，并采取相应措施解决用户反映的问题，如缺页、白页图书产品的调换等。2014年，我们在产品的“封底”除了标明官网地址以外，还加标了出版社官方微信的二维码，方便熟悉网络的读者更快捷地获取更多的产品资讯和活动信息。2013年开始，我们建立了自己的舆情监测系统，24小时不间断全网监控，每日定时发送舆情信息，并在2014年开始对系统所抓取到的数据等进行分析，每月定期发布舆情分析简报，对负面舆情进行高效判断和及时预警。

## 遵守商业道德，保护客户信息

---

我们要求员工充分认识维护客户信息安全的重要性，严格落实法律规定的客户信息保护要求。2014年，构建了比较完善的信息保护内部管理制度——《关于我社保密岗位及保密协议的相关规定》，明确了各部门、各岗位的信息保密管理职责。特别针对关键岗位进一步完善内控机制，加大对编辑业务部门、市场营销部门等信息泄露风险易发领域的管理力度。健全了岗位及技术制约机制，按最小必需原则确定接触客户信息的岗位范围，并合理设定不同岗位的权限。出版社征得客户同意后，才能使用客户信息或向第三方合作机构提供，向客户推送营销信息时明确信息的性质、类型以及发送渠道等事项。此外，出版社加强了客户信息保护培训教育。2014年7月，我社对中层领导干部和相关岗位员工进行了保密工作培训，并将学习材料放置内网供全体员工学习。

# 为伙伴： 携手合作共赢

为呈现学术成果的最佳状态，我们与生产合作商——纸厂、印厂、排版厂建立了高效的联动机制，共同营建出版成果呈现的黄金链条；为实现学术成果的价值最大化，我们与渠道商——馆配商、经销商、图书馆建立了共生合作的关系，打造学术信息推送平台，提供定制化服务满足客户需求。

## 生产合作商：高效联动，共建出版黄金链

---

为了保证图书品质，多年来，我社把图书的印装质量放到一个突出重要的地位，牢牢抓住印装关键环节，把管理落到每一个环节。坚持高标准严要求，制定了图书印制的规范流程，对新工艺、新材料要求先打样，试验通过后再正式使用，并做到重点产品专人负责、下厂盯印，减少了印制过程中的不确定因素对工期及出版物质量的影响，充分保证作者与读者的利益。

我社较早开始尝试使用 CTP 技术，保持对新技术新工艺的开发应用。封面及彩色出版的印制已全部实现 CTP 印制，正文 CTP 印制技术也在不断试用，胶片使用量大幅减少，2014 年度，胶片使用量较 2013 年减少了约 45%，既节约了成本，也减少了对环境的污染。2014 年我社加大了按需印刷的推广力度，并进一步完善按需印刷生产流程，设置按需印刷专岗，实现按需印刷和传统工艺的无缝对接。小印量出版物的数码定制印刷措施，不仅缩短了生产周期，节省了劳动力成本，还大大缩短了印刷准备时间，并减少了预印纸张和油墨的耗费。

2014年1月17日,我社组织召开了“生产合作商年会”,长期合作的排版公司、印制公司以及材料经营商均参加了会议。会议以“数字时代出版供应链的价值共赢”为主题,提出在政策环境发生巨大变化的背景下,可持续的绿色发展成为常态,我们将与各生产合作商一起践行数字出版、绿色出版,与各生产合作商一起实现利益的共赢。

生产合作商年会现场



## 经销商：定制化服务满足读者阅读需求

经销商是我社传播学术理念、宣扬读书文化的重要渠道之一。我社与全国 20 个省区市的近 90 家实体门店建立了长期的产品供货渠道，与经销商建立了友好的合作伙伴关系。负责不同片区的销售经理定期拜访经销商，及时了解客户需求与经销状况，并



为经销商销售人员定期提供专业的产品培训工作，协助销售工作更好地开展。一年来，我们通过经销商推动政府部门及机关开展阅读活动，把契合当下议题的图书推荐给政府机关、党政干部等，获得了不错的反响。在北京、上海、江苏、广东等地区，经销商与政府、机关、企事业单位对接，更有针对性地实现了图书与读者的有效衔接。

同时，为满足部分机构和个人读者需要，我们开展了定制服务。对于曾经出版过但已没有库存的图书，通过 POD 定制印刷来满足读者的阅读需求；对于一些市场上已买不到的老书、旧书及作者签名本等，我们专门在孔夫子网开设店铺，为有需求的读者提供便利。

每年一度的经销商大会，也是我们与各地经销商的大聚会，除了感谢各位伙伴对我社工作的大力支持外，也互相分享行业讯息、共同探讨出版业发展大计。2014 年 1 月在京召开的社会科学文献出版社经销商大会，有近六十家经销商获得我社荣誉奖励，其中，浙江省新华书店集团有限公司等七家单位获得“金牌经销商”称号，京东网获得“最佳网上书店”称号，中国图书进出口（集团）总公司获得“优秀经销商”称号。

## 馆配商：以需求为指导，打造生态化馆配市场环境

2014年，为了进一步细分市场，维护终端客户，我社成立了馆配业务部，从图书馆的需求出发，与图书馆共同为读者构建完备而适用的图书馆信息平台。

我社馆配业务部维护终端客户1500余家，深入二线、三线城市，每年拜访全国百余家图书馆，了解图书馆需求，搭建馆社服务平台。同时提供完善的现采服务，让业务繁忙的图书馆采访人员能在舒适的样书室完成采选工作。2014年，馆配业务部共接待几十批图书馆现采团队。

馆配业务部各片区经理与发行经理、市场经理及分社编辑组成的专业服务团队，每年参加近40场全国及地区馆配会，定期对馆配会现场所使用的样书进行编码，根据学科分类进行专题摆放，为图书馆采访人员集中采选我社图书提供专业便捷的服务。馆配业务部还积极开展专题营销活动，促进图书馆用户对我社出版品牌的认识和了解。





**标准化服务**

提供准确规范的数据服务

定期提供标准化新书信息 MARC 数据共享与推送，在社外网图书馆专区提供图书目录和 MARC 数据免费下载与专业化的新书和重点书推荐。



**人性化服务**

显著提高采购效率

按图书馆实际需求提供定制 MARC 数据，所有纸质目录均印有条形码，查重选购方便快捷。样书室品种齐全，按时间和类别分类，由专人实现科学管理，保证图书馆采到率。馆藏数据批查重，帮助图书馆查漏补缺。



**营销专业化**

提高社馆共建水平

根据图书馆实际特点提供合理的配书建议，QQ 群建立图书馆与经销商数据共享平台，开设 188 邮箱数据群发平台，让信息传输更加便捷与准确。



**管理制度化**

科学、高效的馆配服务流程

规范馆配人员管理细则，制定馆配业务流程，采取技术手段来提升数据质量，逐步改善和不断提升馆配服务，更好地提高我社图书品牌影响力和市场占有率。

此外，我们每年组织全国各地高校和其他各类型图书馆开展“图书出版与图书馆文献资源建设”论坛，为同业人员提供交流研究和沟通对图书馆事业的平台，使图书馆业、出版业和图书馆配商能够更好的合作。我社连续多年获得相关机构评选的“馆配十佳出版社”称号，馆配市场占有率稳居全国前十位。

馆配业务部还积极拓展海外市场，与海外经销商共同推广。为了让工作在海外图书销售一线的工作人员更了解我社产品，我们定期对我社重点产品进行宣讲培训。在 2014 年，我社荣获“历年中国图书世界影响力出版 TOP20”“2013 中国图书世界影响力出版 100 强”两项海外推广奖项殊荣。

# 为员工： 共筑成长梦想

员工是企业发展的生命力，我们秉持“以人为本”的基本理念，一切依靠员工，一切为了员工，尊重员工、信任员工、激励员工，理解和关心员工，让每一名员工在这个组织中能够有实现自我价值和理想的希望和机会，着力于为员工打造事业发展平台、良性竞争平台、优质管理平台、服务平台和员工幸福平台。

通过实施“人才强社”战略，我社人力资源机制不断完善，人力资源管理不断加强，智慧型出版社建设持续推进，人力资源不断转化为人才资源，努力做到“人才兴社，人社共进”。2014年，我社全年共引进人才78人，其中硕士生以上人员占65%，博士12人（含博士后1人），留学归国人员6人。2014年我社员工总人数351人，较2013年增长14%，其中男职工120人（34%），女职工231人（66%）。本科以上学历占91%，全社平均年龄35岁。引进人才整体素质较2013年有了较大提高，员工队伍整体稳定。

### 人员基本情况

	2013年	2014年
员工总数(年末人数)	310人	351人
员工流失率	4.8%	7.4%
少数民族员工占比	7.1%	6.2%
残疾人雇用人数	3人	3人
女性管理者占比	54.8%	56%

### 员工学历情况

	博士	硕士	本科	大专	高中及以下
2013年	6%	6%	42%	15%	3%
2014年	9%	9%	39%	16%	3%

## 关爱员工，全方位保障员工权益

### 员工基本权益保障

我社注重以合法保障为导向，切实加强对员工权益的保护。目前，全社员工劳动合同签订率和五险一金缴纳覆盖率均达 100%。2014 年我社统一提高了员工五险一金基数。出版社还为员工购买了各类商业保险，如商业人身意外险、商业医疗险，建立员工医疗基金、大病救助制度、职工子女补充医疗等。我们有自己的工会组织，员工参会率达到 100%。我们尊重员工的隐私权，人力资源部等直接接触员工信息的部门和岗位严格按照《关于我社保密工作及保密协议的相关规定》保障员工的个人资料和通信信息不泄露。此外，出版社还按国家相关规定为员工提供超时工作报酬。

员工均享受每年一次的全面健康体检；对于孕期、哺乳期和产期的女员工专门制定了“三期”关怀政策；员工按国家规定享受带薪休假的同时，还有每年 30 天的带薪病假。2014 年，工会利用有限的经费为每名员工生日当月发放 400 元的生日卡。出版社对于保洁等劳务派遣工作人员与出版社员工同样进行管理，提供劳动保护用品，保障其合法权益。

### 创建健康安全的工作环境

作为一家图书出版单位，我社领导非常重视工作环境的安全保障，成立了安全委员会，其中员工占 87.5%。安全委员会发布日常安全提示信息并进行下班后、放假前的安全检查管理；各部室指定安全员负责本部室安全工作，保证事故责任到人；值班室 24 小时负责全社安全巡查，监控安全情况；安装了办公区域闭门器、监控摄像头，采取有效手段保障员工安全。社里制定了《安全防火应急预案》《车辆使用管理办法》等制度，与各部室负责人签署《消防安全责任书》，在机房安装气体灭火控制系统，每个办公室均放置 2 个灭火器且每年更换，消防栓、喷淋、烟感定期检查。此外我社还不定期举办交通、防火等知识讲座，积极组织部室安全员及负责人进



行消防演练，参加每年的“119”宣传周活动，并在各部室张贴了应急疏散图。2014年在办公场所显著位置张贴20幅消防安全提示图。为应对突发自然灾害和安全事故，2014年初出版社为每个办公室都配备了水桶、手电筒和毛巾。2013~2014年出版社投入近8万元用于改善、改造和维护安全防护设施。为了加强我社员工防火、灭火、自救、逃生等方面的基本知识与技能，2014年7月11日，社安全委员会在大唐温泉培训中心举办了2014年度消防安全主题培训，全社共28人次参加了本次培训。安全工作责任制的良好落实，确保了我社多年来未发生任何安全事故。2014年1月22日，我社荣获中国社会科学院2013年度安全工作先进单位二等奖。

2013年7月，出版社出台了《定期举办办公环境检查评比的有关决定》，对全社办公环境的改善和优化起到了积极的督促作用。出版社还为每个办公室购置空气净化器，保证了员工办公场所的环境整洁、清洁，实现了对广大员工健康、安全的承诺。

2013~2014年，我社未发生任何安全事故。

## 积极开展员工满意度调查

每年年终，我社都通过问卷调查、专业访谈等方式开展员工满意度调查，主要调查员工最为关心的内部环境、硬件设施、员工工作状态、工作压力、直接领导的领导力、绩效考核、职业晋升、工资福利、工作归属感、培训开发、工作动机、工作存在的问题，了解员工的真实想法和需求，掌握员工的期望和愿景，针对员工反映的问题，及时做好管理调整、工作改进，进一步建立健全员工关系管理体系。2013 年员工满意度为 94.5%，2014 年员工满意度达到 95.6%。

在切实开展群众路线教育活动中，针对员工提出的午餐问题，出版社高度重视，于 2014 年 12 月成立了员工午餐工作小组，就员工对午餐的要求和建议在全社范围进行完全公开、透明的问卷调查。综合员工各方面意见，本着安全、卫生和方便的原则，我社颁布《社会科学文献出版社员工午餐管理办法》，以制度来规范午餐管理，2015 年实施社内与社外并行用餐，满足员工多样化的用餐需求。

## 加强对困难员工的帮扶和女性员工的关爱

在职工的合法权益得到有效保护的同时，工会对员工在思想上关心，在生活上照顾，为职工做好事、办实事：2013~2014 年，工会代表多次到患病和家庭有特殊困难的两名职工家中慰问，送去慰问金 16000 元，缓解员工的燃眉之急；对于每一位职工的新生子女工会发放生育喜金。

社妇工委围绕引导激发女员工的创新活力每年开展一系列的活动。2014 年 3 月 7 日，我社妇工委组织开展了以“优雅女人爱健康”为主题的妇女节沙龙活动。引导更多的女职工关注道德修养、文化内涵、心理健康、独立意识等，有助于大家不断提升自身综合素质，还搭建了女职工之间良性沟通的平台，彰显了社科文献铿锵玫瑰的优雅风采。



## 切实解决青年员工安居难题

我社为外地员工及单身员工提供了职工宿舍，在生活上为员工排忧解难，极大地增强了员工对企业的归属感和工作的积极性、创造性。截至目前，已为 34 名员工提供了职工宿舍，有效缓解了员工的生活压力。

2013 年 10 月，我社创建了“青年职工首次购房首付借助基金”，以适当额度的无息贷款的方式缓解青年职工首次购房首付款的压力。



2014 年 9 月 8 日在中华民族的传统节日——中秋佳节来临之际，社长谢寿光、人力资源总监谢炜，工会主席张星等领导走访了我社单身员工集体宿舍。社长谢寿光一一询问了大家生活上有哪些不便，鼓励大家多提意见，并要求青年员工在做好本职工作的同时不断学习，不断提高自身的各项能力。当了解到青年员工们烧热水较为不便时，谢社长立刻责成相关责任人尽快解决。领导们还带去了水果和茶叶作为节日礼物。



## 尊重人才，完善人才职业发展通道

---

为培养和鼓励各个岗位的创新人才，我社出台了一系列优待政策和激励机制，激发员工的工作积极性，调动员工的工作热情。

### 科学合理的薪酬制度形成有效激励

---

出版社设有考核与薪酬管理委员会，负责全社薪酬、福利、考核及绩效评估事项的调研及咨询。在科学分析和评估岗位的基础上，我社坚持以岗薪制为核心，初步建立了适应未来业务发展特点的多元化、灵活的薪酬制度，形成了科学、合理、有效的薪酬结构和调薪机制。八大岗位系列工资体系明确了各岗位的薪酬幅度和收入比例，拉大同等级员工的薪酬差异，实行薪酬扁平化以及按劳取酬、按效益取酬制度。每年员工收入增幅不低于10%，保证了本社员工收入在业内的竞争力。

随着出版行业的不断变化，针对发展带来的新业务（如数字化出版、国际出版、定制出版）及新业务手段（如信息技术、网络营销）制定灵活的薪酬制度，开拓特殊人才工资渠道，以适应不同人才对薪酬的不同要求，确保有效激励。

2014年经初期调研、数据套算、征求意见，我社颁布了《社会科学文献出版社员工薪酬调整办法》，对员工工资构成、奖金发放等做了调整，出版社薪酬制度进一步优化。新办法完善了出版社以业绩考核为依据，以岗位绩效工资为基础，短期薪酬分配与中长期薪酬激励有机结合，资本、知识、管理等多种要素参与收入分配的新型薪酬激励制度，增强薪酬的竞争力和吸引力，员工日常收入有较大幅度提升；完善员工晋升通道，提升骨干员工工资收入。薪酬调整提升了员工薪酬满意度，调动了广大员工的工作积极性。

## 重视人才、尊重人才

根据社长奖励基金相关规定，我社对在出版工作中有创造性劳动，为推动出版社创新、提高出版社社会效益与经济效益做出突出贡献的团队和个人给予重奖。2013~2014年共有13个团队和个人获得该项奖励。

2014年，我社启动“名编辑工程”，按照公开、透明的原则和严格的评选程序，经全体编辑大会投票，评选出社科文献首批名编辑4人和名编辑后备人选8人。对于在学界有突出影响力和知名度的名编辑，出版社给予津贴、学术假期、出国交流等奖励和政策支持，为高层次人才干事创业提供良好的环境和平台。“名编辑工程”作为一项制度性安排和系统工程，为行业和我社编辑队伍建设及职业生涯设计提供了新的途径，引发了业界的广泛关注，《中国新闻出版报》就“名编辑工程”对谢寿光社长进行专访，多家媒体和兄弟出版机构纷纷转载。



## 岗位科学设置，挖掘员工价值

为深度挖掘现有人力资源的潜能，除了社外培训教育工作，我社通过岗位设置，引导员工在社内岗位间完成学习教育。根据出版运行规律和业务流程将岗位分为编辑系列、新兴业务系列、市场销售系列、客服管理系列等四大岗位系列，对岗位进行了明确的描述和定义，全面实行了岗位管理。同时制定《员工晋升管理办法》，针对各类人才不同发展方向，建立相应的岗位发展通道。通过建立员工专业和管理双向晋升机制，极大地拓宽了员工职业生涯发展平台，引导人才沿着符合自身特点的道路发展。

出版社还推行中层领导干部交叉任职制度。出版社鼓励中层领导干部到相关业务部门兼任岗位以便深入了解业务相关部门工作内容、工作程序及工作方法。交叉任职，既有利于发挥任职者业务优势，施展多方面才华，又有利于部门间协调沟通，提高工作效率，减少工作摩擦。

我社鼓励符合条件的员工到相关业务部门进行轮岗锻炼。轮岗既扩大了员工视野、促进了专业能力不断提升，同时又为员工职业生涯发展提供了另一种选择，有利于调动员工的工作积极性，对员工队伍的稳定起到了积极的作用。

## 开发多元化特色培训

构建国际化专业人才培养通道。为适应国际化和“走出去”战略的需要，我社采取多种措施培养业务骨干的国际视角和对外交往能力，如派遣业务骨干到国外出版机构任职培训，参加国际学术会议、国际书展、出版机构交流学习等。参与这些活动，不但宣传了我社的品牌和图书，更让骨干编辑参与到国际学术交流对话中，开阔国际视野。2014年，我社累计派出57人次，参加欧美、东亚以及大洋洲等地区的各类学术年会和专业会议。

在继续夯实“导师制”和“轮岗制度”的基础上，在向现代出版转型过程中发挥关键作用的数字出版人才的培训方面，我社针对数字出版从业人员组织数字出版技术、编辑、营销等相关培训，每年在72学时以上；定期举行数字编辑与技术人员内部交流、培训和学习，使技术更懂内容，内容更了解技术；建立社内外信息化与数字出版交流机制，要求编辑入职到数字资源运营中心轮岗，业务骨干出国考察，营造良好的数字出版氛围和发展空间。

2014年社内培训16场，比2013年增加33%；参训640人次，合计5520学时。社外培训58场，比2013年增加38%；参训112人次，合计4224学时。其中，参加馆配会16人次，合计1152学时。

2014年全年共参训752人次，合计9744学时。平均参训2.1次/人，平均28学时/人。总培训率：90%。

## 快乐分享，打造积极向上的企业文化

2014年启动的“社科文献梦”以创行业内最佳雇主品牌为重要目标之一。在做好员工福利和基本保障工作的同时，为员工幸福提供支持平台。充分发挥党群工作作用，准确把握、积极引导，构建以人为本、阳光创业、快乐分享、积极向上的企业文化，形成组织凝聚力。通过打造多个企业文化精品项目，形成爱岗敬业、自强不息、和谐融洽、理解包容、永葆创业激情的风气，全面调动员工积极性。拓展社科文献企业文化影响力、辐射力和凝聚力，不断增强社科文献企业文化建设的自觉自信。

### 创新党建工作理念和模式，加强企业文化建设

我社现有党支部4个，党员101名（2014年底统计数字），占全体员工的近三分之一。社机关党委十分重视党员干部队伍的思想建设、组织建设、廉政建设和文化建设，2013、2014年全社深入开展群众路线教育实践活动、深入推进“三项纪律”建设，党建多项工作都开展得





有声有色，充分发挥了党委的重要作用。党建工作围绕着出版社改革发展战略、日常生产经营以及和谐创业平台的建设，以加强管理为切入点，以制度建设为保障，以企业文化为抓手，通过形式多样、扎实有效的工作，让全社员工真正看到了社科文献出版社党组织的存在，看到了党组织的良好形象，看到了广大党员积极向上的精神面貌，使员工感觉到党组织是真正的“主心骨”。

2013年9月初，我社党的群众路线教育实践活动领导小组组织召开各部门征求意见工作部署会议，对各部门征求意见做了动员和部署，在全社范围发放《党的群众路线教育实践活动征求意见调查问卷》。社领导自我查摆问题，并到各部门、基层员工、青年职工中征求意见，召开不同层面的座谈会。社领导还带队分别到社科院各所、期刊编辑部及有关高校、地方社科院等学术出版基地开展走访调研工作，征求对社领导班子的建议与意见。10月初，出版社领导班子之间互相谈心，查摆各自在“四风”中存在的问题。每位班子成员都自己动手认真撰写个人对照检查材料。按照“衡量尺子严、查摆问题准、原因分析深、整改措施实”的要求，既根据征求来的意见，认真查摆“四风”方面存在的问题，又按照中央和院里要求，深入剖析问题的根源，深刻反思群众提出的意见，明确努力方向和整改措施。

为深入贯彻落实党的十八大精神、对党员进行爱党爱国教育，2013年6月22~23日、7月13~15日，我社机关党委组织党员分两批共赴井冈山、瑞金开展“寻根、寻路、寻梦”的主题党日活动。通过参观学习，党员们亲身感受了井冈山精神和先烈们的大无畏革命精神。



2014年8月27日，我社机关党委邀请到外交部档案馆馆长鲁桂成大使，以独特的外交观察视角与我社党员及编辑同志开展“当代国际背景下的丝绸之路”主题讲座活动，通过讲座，大家认识到提高战略眼光和工作方法，立足当下，了解国内外局势，拓展国际视野的重要意义。

## 丰富的文化、体育活动

我社每年组织开展的春节晚会、羽毛球比赛、篮球比赛等活动，增强了员工的凝聚力，在文化活动中提高了员工素质，进一步营造了健康生活、快乐工作的文化氛围。社工会积极建设“文献职工活动之家”，购进乒乓球台、跑步机、健身器等活动器材，为员工的健康保驾护航。节假日里组织开展了多种多样的元宵灯谜会、圣诞酒会、职工摄影大赛、知识竞赛、茶话会等活动。

2014年我社春晚在社长谢寿光的大力支持和副社长胡鹏光的精心运作下，在全体员工的广泛认同和演职人员的共同努力下，真正成为职工自娱自乐的大舞台，以“梦想达人秀”为主题、以比赛的形式多方面展示全社员工追逐梦想的精神。与历届春晚相比，本届春晚在很多方面都进行了突破和创新。春晚也充分挖掘了我社的文艺人才资源，为今后进行企业文化建设添砖加瓦。





2014年10月17日，社工会组织我社员工参加了中央国家机关户外运动协会举办的西山国家森林公园越野徒步走活动，鼓励广大员工锻炼身体，亲近自然，以更加饱满的热情投入到工作中去。



集体婚礼这一既文明又时尚的婚庆形式越来越多地受到广大青年的喜爱。在我社发展壮大过程中，广大青年员工发挥着中流砥柱的作用，不断地为我社的快速发展注入新鲜血液和青春力量。为了让广大青年员工感受到来自出版社大家庭的温暖和关爱，2014年6月28日在我社绿坞，社工会为四对新人举行了集体婚礼仪式。

# 为环境： 绿色节能减排

近年来，我社一直以“做传统出版行业信息化与数字化转型的引领者”为己任，信息化已成为我社各项业务转型的关键性因素，智能化也深入办公各个领域。2014年，我社精心打造协同办公系统，在信息数据对接、信息对业务的实际支持、移动化办公等方面取得突出成果。9月协同办公系统正式上线，对出版社原有的生产运营及内部管理流程进行了全面的梳理再造。全面信息化管理大大缩短了出版周期，建立起图书出版的快速反应机制，满足了员工移动化、在线化的办公需求，进一步加速社内各项业务深度融合，在管理和流程方面达到了整合、高效、互联、共享的目标，全面提升了我社运营效益。

## 按需印刷，推动传统生产模式转型

### 积极推行 POD 技术

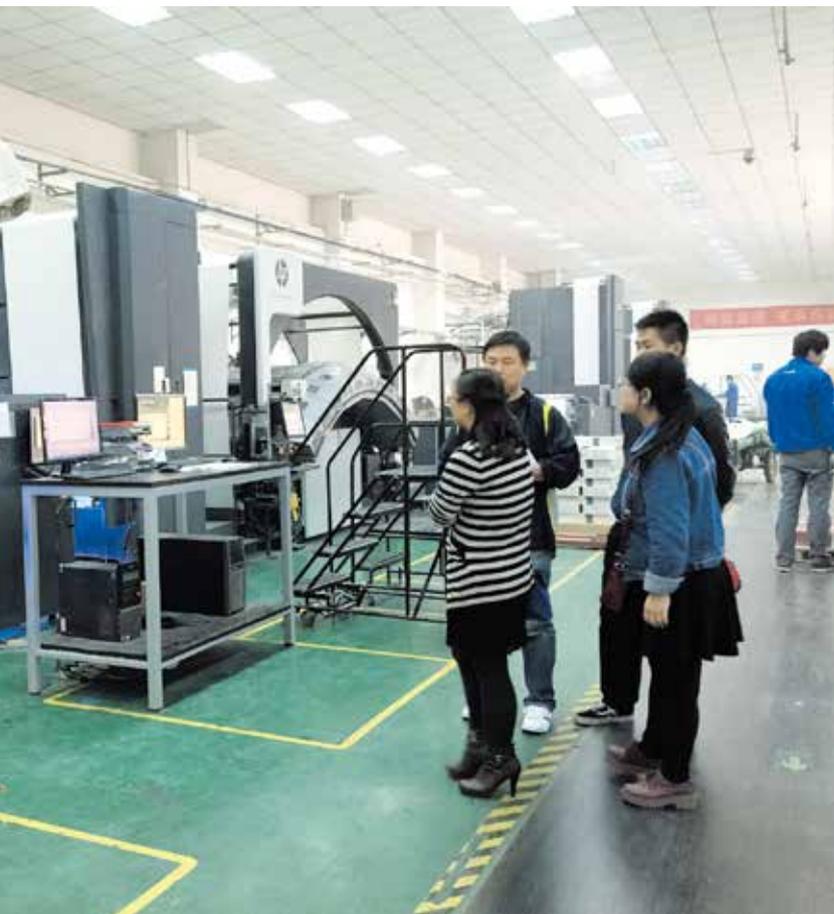
POD（按需印刷）作为一种全新的印刷技术，能有效满足个性化需求，减少库存并提高图书的印制效率，节约物流成本。2012年我社开始大胆尝试POD，到2014年大力推广POD，POD的使用有了质的飞跃，实现窄众图书零库存、文件签订后72小时出书和个性化出版。

2014年我社共有458种图书和非正式出版物采用了POD的生产方式，较上年品种数增长了1倍。在印装质量保障的前提下，仅《民国时期西南边疆档案资料汇编·云南广西综合卷（共98卷）》《民国时期西南边疆档案资料汇编·广西卷（共30卷）》《清代成案汇编（共50卷）》《湘军（共10卷）》四种图书，印制成本与传统印制相比就节约100多万元。除节约加工成本和缩短印制周期外，POD更为我社图书产品满足个性化市场需求提供了有效的解决途径，推动了精细化生产新模式。



### 实践绿色印刷，加大 CTP 技术的使用范围

建立社厂对接系统，减少纸质单据的传递和人工重复劳动。在印刷中，进行电子文件传输，采用 CTP 技术，减少胶片的使用，避免了化学药水使用及有毒废弃物的产生。在用料及工艺等方面，坚持使用经过绿色认证的材料，使图书达到绿色印刷品的要求。



## 绿色办公，推进节能减排

按照“谋求企业发展的同时保护环境，将企业发展的短期利益与环境保护的长期利益相结合，办公环境的美化以保护员工健康为前提”的理念，我社长期以来致力于实现绿色办公。2013~2014 年度，出版社继续推动完善各项节能减排措施，采购了办公场所空气净化装置，增加了环保投入和设备使用。办公信息系统的开发和优化实现了全面的无纸化办公，在提高工作效率的同时，也节约了人力。节电节水等具体措施的落实提升了出版社绿色办公的水平，节能减排的各项指标均持续好转。

## 节约能源措施

- 日常办公严格使用二次纸打印;
- 每年定期清洁空调;
- 使用电子镇流器代替电感式镇流器、以节能灯代替白炽灯;
- 使用电子邮件代替纸类公文;
- 员工使用自己的水杯, 绿坞休闲区为来客提供消毒循环使用杯具;
- 使用硒鼓加粉措施, 减少新硒鼓使用量;
- 办公电器设备在非使用时段采取切断电源、休眠等措施, 减少不必要的电能消耗;
- 禁止使用电暖气、电热壶等设备;
- 洗手间安装节能干手机以节约用纸;
- 夏季空调温度不低于 26 度;
- 采用节水龙头;
- 安装感应节水小便池;
- 监护水源, 下班前专人检查水龙头、卫生间马桶是否漏水;
- 采用中水冲洗马桶和涮洗拖布。

## 绿色办公措施

- 采购电器时挑选节能产品, 办公室做到人走灯灭;
- 鼓励员工午餐自带餐具;
- 设置可回收垃圾专用垃圾箱;
- 设立回收废纸、饮料瓶、电池等场所, 以便做废品集中处理。

## 绿色理念宣传

- 在办公区域、水房和卫生间张贴节电、节水等宣传画报;
- 定期举办绿色办公环境检查活动。

用水	时间	实际用水 (吨)	人均用水 (吨)	人均节约 10.7%
	2013 年	2325	7.5	
	2014 年	2372	6.7	
用电	时间	实际用电 (千瓦时)	人均用电 (千瓦时)	人均节约 1.7%
	2013 年	287925	42.2	
	2014 年	302322	41.49	

# 为社会： 传递公益关怀

促进社会和谐共生是社科文献始终坚持的目标之一，也是出版社可持续发展的源泉和动力。2014年，我们依法纳税，肩负回报社会的文化使命，利用专业内容优势为政府提供决策参考，关注社会公益，通过教育帮扶、捐赠图书和志愿活动，努力为教育、公益事业做贡献，成为负责任的企业公民。

## 为政府提供决策参考，发挥哲学社会科学咨政作用

我们一直坚持以为党和政府决策提供咨政参考为己任，利用皮书等哲学社会科学优秀研究成果服务我国社会主义现代化建设。

近年来，皮书始终坚持以我国经济、社会、文化等宏观领域重大现实问题为主攻方向，运用科学的方法回答中国发展过程中的重大现实问题，较好地发挥党和政府“思想库”“智囊团”的作用。统计可见，北京、上海、广州、温州、扬州等地政府的相关部门和领导曾多次对皮书内容进行批示。其中，如何吸引国际人才、健全当前的法律法规、完善社会保



障制度、保护水资源、促进区域协调发展、建设健康城镇等报告内容得到了相关省(市)委、省(市)政府领导的极大关注,并将具有操作性的政策建议转化为实际政策法规,成为社会科学工作者为现实服务的有效方式之一。

此外,在全国“两会”前夕出版的皮书,成为每年各地与会代表、委员提案和议案的准备材料,发挥了皮书建言献策、破解难题、支撑发展、汇智聚力的智库作用。

## 关注社会公益, 践行社会责任

建社以来,我们始终坚持回报社会,通过组织党团活动、承办青少年夏令营、签约青年就业创业见习基地、筹建维护中国救护网、组织捐款捐书等活动,努力为教育、公益事业做贡献,成为负责任的企业公民。

作为出版企业,我们一直坚持公益、热心公益,为基层学校图书馆、公共图书馆和农村地区捐赠图书,为基层文化建设和新农村建设贡献力量。我社先后向光华基金、蔚蓝基金、韬奋基金会、中国社会科学院扶贫工作领导小组、山东女子学院等单位和机构捐赠图书,并向江西、安徽等地提供捐赠支持。2013年6月至2014年底,我社共捐赠图书909087册,总码洋达到52951567.97元。



## 教育帮扶活动

2013年6月，我社团总支开展“我的中国梦”系列活动，以“美丽中国，美丽家乡”为主题，组织出版社团员与河北定兴一中团委开展座谈活动，全社四个团支部66名团员共募集善款3850元。2014年3月延续帮扶活动，为贫困学生送去了学费和学习用品。

帮扶活动在我社引起很大的反响，有员工提议为学生提供除学费之外的其他帮助。经过与校方讨论，建议资助形式多样化，可以通过双方团组织牵线搭桥，形成爱心人士与贫困学生一对一的帮扶资助。未来也可以以我社团总支的名义邀请受资助学生假期到我社参观，亲自感受我社的出版理念和企业文化，并在其考入大学后提供寒暑假的实习机会等。



## 扶贫献爱心

为广泛动员全社会力量参与扶贫开发，构建政府、市场、社会协同推进的扶贫格局，加快推进全面建成小康社会进程，国务院批准，从2014年起，将每年10月17日设立为扶贫日。2014年10月20~21日，我社在人力资源部放置捐款箱，为贫困地区捐款。此次捐赠活动属自愿行为，捐赠数额依个人能力，金额不限。截至2014年10月21日，我社员工积极踊跃为贫困地区捐款，共计筹得款项11770元，所得捐款已全部汇往院里，随后由社科院统一汇往受捐单位。

## 党团志愿活动

2014年5月，我社团总支主题团日活动组织团员来到西柏坡革命圣地。团总支书记谢炜同志与西柏坡中心校校长常俊光、西柏坡中学校长高英杰共同商议我社青年为西柏坡中学长期志愿服务事宜：在西柏坡中学建立社会科学文献出版社团总支志愿实践活动基地，青年团员可长期做各项志愿服务；通过我社力量为西柏坡中学建立网站，宣传和推广西柏坡中学及支教队的精神。





## 中日韩历史体验夏令营

2014年8月5日，为期8天的第十三届东亚青少年历史体验夏令营在韩国忠清南道开幕，来自中国、韩国、日本三国的120余名青少年参加了此次夏令营。本届夏令营的主题为“超越1894年的对立，畅谈2014年的和平”。这是自2005年起，我社承担夏令营中国主办方工作的第九年。夏令营组织三国青少年探访了甲午中日战争历史遗迹，参观了武宁王陵及国立公州博物馆、定林寺遗址、国立扶余博物馆，参与体验扶余传统文化，并分组讨论学习、共同编写教科书，制作发表中日韩青少年和平之物等。在中方工作人员的安排下，百余名青少年应中日韩三国合作秘书处秘书长及中国驻韩国大使邀请，拜访了中日韩三国合作秘书处及中国驻韩国大使馆，并与中日韩三国合作秘书处人员、中国驻韩国大使、使馆工作人员进行互动交流。夏令营活动得到中央电视台的大力支持，由央视工作人员全程跟拍并制作了纪录片。中国社会科学院近代史研究所前所长步平参加了开营仪式。



通过不断努力,近年来中日韩青少年历史体验夏令营活动得到了中国驻日本大使馆、中国驻韩国大使馆、中日韩三国合作秘书处、日本笹川财团日中友好基金会的大力支持,与大使馆、秘书处、基金会的参观交流已经成为每届夏令营之行的固定活动。

“学习历史,共同创造亚洲和平的未来”是夏令营的一贯宗旨,以了解增进互信,以互信推动和平。作为学术出版机构,我们以“为中外学界、教育界搭建相互沟通的桥梁”为己任,以“让世界了解真实的中国”为己任。青少年的交流活动对于三国的文化交流十分重要,夏令营活动的开展对于促进东亚地区民间文化交流、增进了解起到了积极作用。



## 开放的就业平台为发展带来新力量

在进行社会招聘的同时，我社也为相关专业的毕业生提供了大量实习和就业机会。在积极参与国家全面推进现代职业教育体系建设的过程中，也为企业发展带来新力量。

作为中央国家机关共青团“青年就业创业见习基地”，2013年我社共招聘实习生91人；2014年招聘147人，比上年增加62%。我们对于每名实习生均根据其专业方向和工作职责安排辅导员，为实习生就业提供扎实的实践锻炼机会和职业规划的专业性指导建议。2013～2014年两年内有近30名实习生凭借良好的实习表现被我社留用，出版社为其实现职业理想提供了空间，为他们施展才华提供了舞台。

# 附录

## 关键绩效数据

---

2014年，我社保持了近年来平稳快速的发展态势，全年总收入2亿元，增长25%；实现利税4061万元，其中利润2030万元，增长15%。数据库实现销售收入近600万元，同比增长72%。员工收入同步增长，发展成果惠及全社员工。

2014年全年共出版图书1581种，其中新书1344种，再版重印237种，分别比2013年增长14%、11%和37%。出版皮书277种，统一印制发行我院学术期刊71种。全年新书出版字数5.59亿字，同比增长9.4%；造货码洋2.78亿元，增长7%，总印数492.5万册，增长1%。全年数字化加工图书3174种，文字处理量达12亿字。全年生产任务圆满完成，无重大生产事故。

国有资产稳步增值。2014年办公用房面积达到7286.02平方米，其中新增购买及租用办公用房470.28平方米。到2014年底，我社总资产2.4亿元，再创新高。

目前我社已具备年出版纸质图书1500多种、发稿5.5亿字、造货码洋超过2.7亿元、总收入2亿元的生产能力和经营规模，拥有350多名员工和7000多平方米办公用房，总体上已经发展成为国内外具有相当影响力的人文社会科学专业学术出版机构。

## 荣誉与奖项

### 2013 ~ 2014 年部分荣誉奖项

类型	获奖对象	奖项名称	颁奖机构
品牌 价值	社会科学文献出版社	第三届中国出版政府奖先进出版单位奖	国家新闻出版广电总局
	社会科学文献出版社	年度致敬出版社	深圳读书月
	社会科学文献出版社	2013 中国图书世界影响力出版 100 强	中国出版传媒商报 中国文化走出去协同创新中心 中国海外汉学研究中心 中国图书进出口（集团）总公司
	社会科学文献出版社	历年中国图书世界影响力出版 TOP20	中国出版传媒商报 中国文化走出去协同创新中心 中国海外汉学研究中心 中国图书进出口（集团）总公司
	甲骨文	年度出版品牌	新京报
	甲骨文	年度新锐出版品牌	晶报
行业 地位	社会科学文献出版社	2014 年度全国优秀馆配商评选十佳出版社	图书馆报
	社会科学文献出版社官网	2013 年全国新闻出版业网站评选出版业优秀门户网站	中国出版协会 中国新闻出版研究院
	中国皮书网	2013 年全国新闻出版业网站评选最具商业价值网站	中国出版协会 中国新闻出版研究院
	董风云	2014 凤凰传媒·中国好编辑社科类好编辑第一名	百道网 百道新出版研究院
团队 建设	学术传播中心（市场部）	2013~2014 年度中央国家机关“青年文明号”	中央国家机关团工委
	团总支	2012~2013 年度中央国家机关五四红旗团组织创建单位	中央国家机关团工委
管理 提升	社会科学文献出版社	2012~2013 年度全国企业信息工作先进集体	中国企业联合会信息工作委员会
	谢寿光	2012~2013 年度全国企业信息工作先进个人	中国企业联合会信息工作委员会
	谢寿光	2013 全国新闻出版业网站系列荣誉评选年度创新人物	中国出版协会 中国新闻出版研究院

类型	获奖对象	奖项名称	颁奖机构
产 品 奖 项	《陈独秀全传》	第九届文津图书奖	国家图书馆
	《超越人口红利》	第三届中国出版政府奖图书奖	国家新闻出版广电总局
	《中华史纲》《超越人口红利》《中国公共财政建设指标体系研究》《工业大国国情与工业强国战略》	第四届“三个一百”原创图书出版工程	国家新闻出版广电总局
	《湘军》	2013 年度优秀古籍图书一等奖	中国出版协会古籍出版工作委员会
	《2013 年中国经济形势分析与预测》《中华史纲》《忧患百姓忧患党（修订版·大字本）》《罗马帝国的崛起》《忽必烈的挑战》	2012 ~ 2013 年度全行业优秀畅销书	中国书刊发行业协会
	《皮书数据库》 《列国志数据库》	2014 年北京市音像、电子、网络出版物奖励扶持专项资金	北京市新闻出版广电局
	《转型与崛起：全球视野下的中国服务经济》	2012/2013 年度全国商务发展研究成果奖论著类一等奖	中华人民共和国商务部
	《中国应对气候变化的政策与行动》	2012 年度输出优秀图书奖	中国版协国际合作出版工作委员会 中国新闻出版研究院 出版参考杂志社
	《超越人口红利》《民族复兴之路的回望与思考》	2013 年度输出优秀图书奖	中国出版协会国际合作出版委员会 中国新闻出版研究院 出版参考杂志社
	《巨变》	2013 年度引进版社科类优秀图书奖	中国版协国际合作出版工作委员会 中国新闻出版研究院 出版参考杂志社
	《低碳生活指南》	2013 全国优秀科普作品奖	中华人民共和国科学技术部
	《影子银行体系：自由银行业的回归？》	第二届金融图书“金羊奖”	中国金融杂志社 中国（广州）国际金融交易博览会
	《中国人口：结构与规模的博弈》	第六届人口科学优秀成果奖专著类一等奖	中国人口学会
	《当代小剧场三十年（1982~2012）》	第九届中国文联文艺评论奖著作类一等奖	中国文学艺术界联合会
	《中国经济发展模式：政治经济学解读》	第二届刘诗白经济学奖	刘诗白奖励基金评奖委员会



## 2015 年企业社会责任展望

《社会科学文献出版社企业社会责任报告（2013 ~ 2014）》梳理了近一年半来社会科学文献出版社与利益相关各方一起所取得的成就，也是各方共同努力的成果。在此，我们向各方致以我们衷心的感谢。

2015 年将迎来社会科学文献出版社的 30 岁生日。作为一家诞生于改革开放初期的人文社会科学专业学术出版机构，她的成长与发展浓缩了中国出版产业转型与发展的轨迹，印证了中国哲学社会科学研究的不断创新与繁荣，也凝聚着一代代文献人“创新、专业、服务、共享”的企业文化精神。

“三十而立”再出发，新的一年，我们将以改革发展为动力，以学术资源建设为中心，以构建智慧型出版社为主线，以社庆三十周年系列活动为重要载体，以“整合、专业、分类、协同、持续”为各项工作指导原则，切实推进体制机制创新，全力推进出版社数字化转型，坚定不移地走专业化、数字化、国际化发展道路。作为一家有温度、有态度、有气度的文化企业，我们将在人力资源支持、员工志愿者组织、战略公益慈善、环境影响管理、开展社区对话、与 NGO 协同合作等具体责任领域的实践中，探索行之有效的管理方法，构建具有社科文献出版社特色的社会责任项目，发挥出版企业的特色和优势来服务社会、回馈社会。

未来，我们将全面落实智慧型出版社发展规划，引入现代企业治理机制，探索新的激励模式；实施关爱员工计划，明确新员工的成长路径和制度设计；更好地发挥各类网络信息传播平台的作用，不断提高社会科学文献出版社信息披露透明度和数据的多样性；与各利益相关方形成定期沟通的机制，以便其及时了解社会科学文献出版社在经济、社会、环境和员工等责任领域的进展；加强企业内部各部门责任管理的落实力度，凝聚各方共识共同推进企业社会责任的体系深化和共赢成果。

感谢您的关注和支持。

如有建议，可以发送至我们的电子邮箱：[csr@ssap.cn](mailto:csr@ssap.cn)

社会科学文献出版社企业社会责任委员会

2015 年 5 月

## 第三方评价 专家点评 2012~2013 年社科文献企业社会责任报告

---

中国新闻出版研究院党委书记 魏玉山

---

社科文献企业社会责任报告为我们在新形势下认识出版单位提供了一个新的参照，一个新的视角，更加充分、更加全面地反映出一个社会组织在社会中的全面的贡献情况，这是我们对出版单位社会定位的一个新的认识高度。

报告依据相关的国际标准和评价体系，既有对一般企业评价基本框架的分析，同时又能体现出出版单位自身的特点，兼具科学性、全面性和权威性，对政府或集团考核单体出版社或出版集团提供了一个新的途径。

通过建立一套标准化的制度，并进行社会化的推广和应用，社科文献出版社为我们新闻出版领域形成了一个基本的体系。这个体系同样也适用于报社、期刊社，包括书店。可以在出版行业里逐渐推广，为考核一个出版单位增加一双眼睛，也更加全面地反映出一个出版单位发展的情况。

人民出版社副总编辑 于青

---

谢社长以先天下之忧而忧的社会责任感发布的企业社会责任报告是对出版界的一个贡献。出版家就是润物细无声，默默无闻地在那里孜孜以求地编辑我们的优秀文化，传承给读者、传承给社会、传承给下一代。

出版企业的社会责任是与生俱来的，没有社会责任就没有我们这个行业。我们所有传媒机构的主旨都是一种对先进文化或者是精品文化的弘扬和传播。

## 百道新出版研究院首席研究员 程三国

---

中国的出版业从计划性到市场性转型，实现产业的市场化、资本化后就必须强调回归到行业的本质。社科文献企业社会责任报告专业、系统且国际化，回应了出版社相关利益方的期望和要求，为行业树立了规范和标准。

把领先者的一个个案变成一个行业共识，变成更多人参与的一件有意义有价值的事，需要大家一起来。所以无论是做标准还是做研究，需要有更多的企业进来形成这样的企业责任报告。只有这样，整个出版业才能真正地回归出版业应有的本质，才能受到它应有的尊重。

## 中国社会科学院企业社会责任研究中心主任助理 张蕊

---

社科文献出版社是我国单体出版社首个发布企业社会责任报告的，这是社会责任运动在新闻出版业比较重要的进展，社科文献走在了这个行业的前列。

开展社会责任工作最重要的目标是要将社会责任的理念融入市场的决策、运营的方方面面，融入我们每一个环节中，优化企业的管理。期待社科文献出版社成为新闻出版行业履行社会责任的引领者。

## 中国出版传媒商报社长助理 金霞

---

社科文献出版社首推企业社会责任报告并组织相关的研讨是出版界在践行企业社会责任方面作出的一个积极回应。这是关照当下，立足长远的，非常具有现实意义，又为出版企业思考和实践出版企业所应承担什么样的社会责任提供了范本。

对于正在深化文化体制改革的出版传媒业而言，建立现代企业制度，构建现代公共文化服务体系，提高文化开放水平，也正是时代对文化传媒企业承担社会责任提出的新的要求。

## 《社会科学文献出版社企业社会责任报告（2013-2014）》评级报告

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心（以下简称“中心”）受社会科学文献出版社委托，从“中国企业社会责任报告评级专家委员会”中抽选专家组成评级小组，对《社会科学文献出版社企业社会责任报告（2013-2014）》（以下简称《报告》）进行评级。

### 一、评级依据

《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》暨《中国企业社会责任报告评级标准（2014）》。

### 二、评级过程

1. 过程性评估小组访谈社会科学文献出版社社会责任相关部门成员；
2. 过程性评估小组现场审查社会科学文献出版社社会责任报告编写过程相关资料；
3. 评级小组对社会责任报告的管理过程及《报告》的披露内容进行评价。

### 三、评级结论

#### 过程性（★★★★）

公司成立企业社会责任委员会，高层领导负责编写推进及报告审定；编写组对利益相关方进行识别，并通过问卷调查、座谈会等方式收集部分相关方意见；根据行业形势、公司发展战略等对实质性议题进行界定；计划召开专项发布会，并将以印刷品、电子版、H5版等形式呈现报告，具有优秀的过程性表现。

#### 实质性（★★★★☆）

《报告》系统披露了“数字化出版”、“提供健康的文娱产品”、“弘扬传统文化”、“员工权益保护”、“绿色出版”等文化娱乐业关键性议题，具有领先的实质性。

#### 完整性（★★★★）

《报告》从“为行业：树立出版典范”、“为学术：促进专业建设”、“为客户：提供多元服务”、“为伙伴：携手合作共赢”、“为员工：共筑成长梦想”、“为环境：绿色节能减排”、“为社会：传递公益关怀”等角度披露了文化娱乐业核心指标的73.0%，完整性表现优秀。

#### 平衡性（★★★★）

《报告》披露了“不合格图书数”、“安全生产事故数”、“员工流失率”等负面数据信息，平衡性表现优秀。



**可比性 (★★★★☆)**

《报告》披露了本年度相关绩效数据,但缺乏历史数据及横向数据的比较,可比性有待提高。

**可读性 (★★★★☆)**

《报告》框架清晰,篇幅适宜,语言流畅;使用精美图片,与案例叙述相辅相成;排版简洁大方,符合行业特色,具有领先的可读性表现。

**创新性 (★★★★☆)**

《报告》以“智慧出版守望学术”为主题,以利益相关方为立足点编排“七为”框架,脉络清晰;作为出版企业发布社会责任报告,引领行业发展,具有领先的创新性表现。

**综合评级 (★★★★☆)**

经评级小组评价,《社会科学文献出版社企业社会责任报告(2013-2014)》为四星半级,是一份领先的企业社会责任报告。

**四、改进建议**

1. 增加企业历史关键数据的披露,提高报告的可比性。
2. 增加负面数据及负面事件分析的披露,提高报告的平衡性。

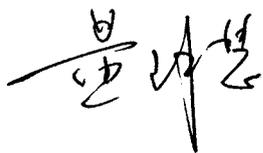
**评级小组**

组长: 中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主任 钟宏武

成员: 商道纵横总经理 郭沛源

清华大学创新与社会责任研究中心主任 邓国胜

中心过程性评估员 王梦娟 王志敏



评级专家委员会副主席  
中心常务副理事长



评级小组组长  
中心主任

出具时间: 2015年8月26日



**中国企业社会责任报告  
评级专家委员会**  
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

## 指标索引

指标名称	定性指标(●)	核心指标(★)	披露情况	披露位置
	定量指标(⊕)	扩展指标(☆)		
第一部分：报告前言（P系列）				
（P1）报告规范				
P1.1 报告质量保证程序	●	☆	完全采用	p.2
P1.2 报告信息说明	●	★	完全采用	p.1
P1.3 报告边界	●	★	完全采用	p.1
P1.4 报告体系	●	★	完全采用	p.2
P1.5 联系方式	●	★	完全采用	p.2
（P2）报告流程				
P2.1 报告编写流程	●	☆		
P2.2 报告实质性议题选择程序	●	★		
P2.3 利益相关方参与报告过程的程序和方式	●	☆		
（P3）高管致辞				
P3.1 企业履行社会责任的机遇和挑战	●	★	完全采用	p.4
P3.2 企业年度社会责任工作成绩与不足的概括总结	●	★	完全采用	pp.4-5
（P4）企业简介				
P4.1 企业名称、所有权性质及总部所在地	●	★	完全采用	p.8
P4.2 企业主要品牌、产品及服务	●	★	完全采用	pp.8-9
P4.3 企业运营地域、包括运营企业、附属及合营机构	●	★	完全采用	pp.8-9
P4.4 按产业、顾客类型和地域划分的服务市场	● / ⊕	★	完全采用	pp.8-9
P4.5 按雇用合同（正式员工和非正式员工）和性别分别报告从业员工总数	⊕	★	完全采用	p.62
P4.6 列举企业在协会、国家组织或国际组织中的会员资格或其他身份	●	☆	完全采用	pp.9,37
P4.7 报告期内关于组织规模、结构、所有权或供应链的重大变化	●	☆	完全采用	p.13
（P5）年度进展				
P5.1 年度社会责任重大工作	● / ⊕	★	完全采用	pp.21-28
P5.2 年度责任绩效	⊕	★	完全采用	p.86
P5.3 年度责任荣誉	●	★	完全采用	pp.87-88

指标名称	定性指标(●)	核心指标(★)	披露情况	披露位置
	定量指标(⊕)	扩展指标(☆)		
第二部分：责任管理（G 系列）				
（G1）责任战略				
G1.1 社会责任理念、愿景、价值观	●	★	完全采用	pp.10-11
G1.2 企业签署的外部社会责任倡议	●	☆		
G1.3 辨识企业的核心社会责任议题	●	★	完全采用	p.16
G1.4 企业社会责任规划	● / ⊕	☆	完全采用	pp.16-17
（G2）责任治理				
G2.1 社会责任领导机构	●	☆	完全采用	pp.17-18
G2.2 利益相关方与企业最高治理机构之间沟通的渠道或程序	●	☆	完全采用	p.19
G2.3 社会责任组织体系	●	★	完全采用	p.18
G2.4 企业内部社会责任的职责与分工	●	★	完全采用	pp.12,17
G2.5 社会责任管理制度	●	☆		
（G3）责任融合				
G3.1 推进下属企业社会责任工作	● / ⊕	☆		
G3.2 推动供应链合作伙伴履行社会责任	● / ⊕	☆	完全采用	p.57
（G4）责任绩效				
G4.1 构建企业社会责任指标体系	●	☆	完全采用	p.20
G4.2 依据企业社会责任指标进行绩效评估	● / ⊕	☆	完全采用	p.20
G4.3 企业社会责任优秀评选	●	☆	完全采用	p.20
G4.4 企业在经济、社会或环境领域发生的重大事故，受到的影响和处罚以及企业的应对措施	● / ⊕	★	完全采用	p.32
（G5）责任沟通				
G5.1 企业利益相关方名单	●	★	完全采用	p.19
G5.2 识别及选择利益相关方的程序	●	☆		
G5.3 利益相关方的关注点和企业的回应措施	●	★	完全采用	P.19
G5.4 企业内部社会责任沟通机制	●	★	完全采用	p.19
G5.5 企业外部社会责任沟通机制	●	★	完全采用	p.19
G5.6 企业高层领导参与的社会责任沟通与交流活动	● / ⊕	★	完全采用	p.80

指标名称	定性指标(●)	核心指标(★)	披露情况	披露位置
	定量指标(⊕)	扩展指标(☆)		
(G6) 责任能力				
G6.1 开展 CSR 课题研究	●	☆		
G6.2 参与社会责任研究和交流	●	☆		
G6.3 参加国内外社会责任标准的制定	●	☆		
G6.4 通过培训等手段培育负责任的企业文化	● / ⊕	★	完全采用	p.19
第三部分：市场绩效 (M 系列)				
(M1) 股东责任				
M1.1 股东参与企业治理的政策和机制	●	★		
M1.2 保护中小投资者利益	●	★		
M1.3 规范信息披露	● / ⊕	★		
M1.4 成长性	⊕	★		
M1.5 收益性	⊕	★		
M1.6 安全性	⊕	★		
(M2) 客户责任				
M2.1 客户关系管理体系	●	★	完全采用	p.51
M2.2 产品知识普及或客户培训	● / ⊕	★	完全采用	p.51
M2.3 客户信息保护	●	★	完全采用	p.56
M2.4 止损和赔偿	● / ⊕	★	完全采用	p.56
M2.5 产品质量管理体系	●	★	完全采用	p.32
M2.6 产品合格率	⊕	★	完全采用	p.32
M2.7 支持产品服务创新的制度	●	★	完全采用	p.34
M2.8 科技或研发投入	⊕	☆	部分采用	pp.28,30,48-50
M2.9 科技工作人员数量及比例	⊕	☆		
M2.10 新增专利数	⊕	☆		
M2.11 新产品销售额	⊕	☆		
M2.12 重大创新奖项	●	☆		
M2.13 客户满意度调查及客户满意度	● / ⊕	★	完全采用	p.56
M2.14 积极应对客户投诉及客户投诉解决率	● / ⊕	★	完全采用	pp.52,56

指标名称	定性指标 (●)	核心指标 (★)	披露情况	披露位置
	定量指标 (⊕)	扩展指标 (☆)		
<b>(M3) 伙伴责任</b>				
M3.1 战略共享机制及平台	●	★	完全采用	pp.28,31,35-36,39-41,48
M3.2 诚信经营的理念与制度保障	●	★	完全采用	pp.16,26
M3.3 公平竞争的理念及制度保障	●	★	完全采用	p.33
M3.4 经济合同履行率	⊕	★	完全采用	p.15
M3.5 识别并描述企业的价值链及责任影响	●	☆	完全采用	p.57
M3.6 企业在促进价值链履行社会责任方面的倡议和政策	●	☆	完全采用	pp.57-61
M3.7 企业对价值链成员进行的社会责任教育、培训	● / ⊕	☆		
M3.8 公司责任采购的制度及(或)方针	●	☆		
M3.9 供应商社会责任评估和调查的程序和频率	● / ⊕	☆		
M3.10 供应商通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证的比率	⊕	★		
M3.11 供应商受到经济、社会或环境方面处罚的个数	⊕	☆		
M3.12 责任采购比率	⊕	☆		
<b>第四部分：社会绩效 (S 系列)</b>				
<b>(S1) 政府责任</b>				
S1.1 企业守法合规体系	●	★	完全采用	pp.14-15
S1.2 守法合规培训	● / ⊕	★	完全采用	pp.14-15
S1.3 禁止商业贿赂和商业腐败	●	★	完全采用	p.15
S1.4 企业守法合规审核绩效	⊕	☆	完全采用	pp.14-15
S1.5 纳税总额	⊕	★	完全采用	p.86
S1.6 响应国家政策	●	★	完全采用	p.85
S1.7 确保就业及(或)带动就业的政策或措施	●	★	完全采用	p.85
S1.8 报告期内吸纳就业人数	⊕	★	完全采用	p.62
<b>(S2) 员工责任</b>				
S2.1 劳动合同签订率	⊕	★	完全采用	p.63
S2.2 集体谈判与集体合同覆盖率	● / ⊕	☆		
S2.3 民主管理	●	★	完全采用	p.63
S2.4 参加工会的员工比例	⊕	☆	完全采用	p.63

指标名称	定性指标(●)	核心指标(★)	披露情况	披露位置
	定量指标(⊕)	扩展指标(☆)		
S2.5 通过员工申诉机制申请、处理和解决的员工申诉数量	● / ⊕	☆		
S2.6 雇员隐私管理	●	☆	完全采用	p.63
S2.7 兼职工、临时工和劳务派遣工权益保护	●	☆	完全采用	p.63
S2.8 按运营地划分的员工最低工资和当地最低工资的比例	⊕	★		
S2.9 社会保险覆盖率	⊕	★	完全采用	p.63
S2.10 超时工作报酬	⊕	☆	完全采用	p.63
S2.11 每年人均带薪年假天数	⊕	☆	完全采用	p.63
S2.12 按雇用性质(正式、非正式)划分的福利体系	●	★	完全采用	p.63
S2.13 女性管理者比例	⊕	★	完全采用	p.62
S2.14 少数民族或其他种族员工比例	⊕	☆	完全采用	p.62
S2.15 残疾人雇用率或雇用人数	⊕	☆	完全采用	p.62
S2.16 职业健康与安全委员会中员工的占比	⊕	☆	完全采用	p.63
S2.17 职业病防治制度	●	★	完全采用	p.73
S2.18 职业安全健康培训	● / ⊕	★	完全采用	p.63
S2.19 年度新增职业病和企业累计职业病	⊕	★		
S2.20 工伤预防制度和措施	●	☆		
S2.21 员工心理健康制度 / 措施	●	☆	完全采用	p.65
S2.22 体检及健康档案覆盖率	⊕	★	完全采用	p.63
S2.23 向兼职工、劳务工和临时工及分包商职工提供同等的健康和安全保护	●	☆	完全采用	p.63
S2.24 员工职业发展通道	●	★	完全采用	pp.68-69
S2.25 员工培训体系	●	★	完全采用	p.69
S2.26 员工培训绩效	⊕	★	完全采用	p.69
S2.27 困难员工帮扶投入	⊕	★	完全采用	p.65
S2.28 为特殊人群(如孕妇、哺乳妇女等)提供特殊保护	●	☆	完全采用	p.63
S2.29 尊重员工家庭责任和业余生活, 确保工作生活平衡	●	☆	完全采用	p.73
S2.30 员工满意度	⊕	☆	完全采用	p.65
S2.31 员工流失率	⊕	☆	完全采用	p.62

指标名称	定性指标 (●)	核心指标 (★)	披露情况	披露位置
	定量指标 (⊕)	扩展指标 (☆)		
<b>( S3 ) 安全生产</b>				
S3.1 安全生产管理体系	●	★	完全采用	p.63
S3.2 安全应急管理机制	●	★	完全采用	pp.63-64
S3.3 安全教育与培训	● / ⊕	★	完全采用	pp.63-64
S3.4 安全培训绩效	⊕	★	完全采用	pp.63-64
S3.5 安全生产投入	⊕	★		
S3.6 安全生产事故数	⊕	★	完全采用	p.64
S3.7 员工伤亡人数	⊕	★	完全采用	p.64
<b>( S4 ) 社区责任</b>				
S4.1 评估企业进入或退出社区时对社区环境和社会的影响	●	☆		
S4.2 新建项目执行环境和社会影响评估的比率	⊕	☆		
S4.3 社区代表参与项目建设或开发的机制	●	☆		
S4.4 企业开发或支持运营所在社区中的具有社会效益的项目	●	☆	完全采用	pp.42-44
S4.5 员工本地化政策	●	★		
S4.6 本地化雇用比例	⊕	☆		
S4.7 按主要运营地划分, 在高层管理者中本地人员的比率	⊕	☆		
S4.8 本地化采购政策	●	☆		
S4.9 企业公益方针或主要公益领域	●	★	完全采用	pp.42,49-50
S4.10 企业公益基金 / 基金会	●	☆	完全采用	p.48
S4.11 海外公益	● / ⊕	☆		
S4.12 捐赠总额	⊕	★	完全采用	p.82
S4.13 企业支持志愿者活动的政策、措施	●	★	完全采用	pp.81-82
S4.14 员工志愿者活动绩效	⊕	★	完全采用	pp.81-82
<b>第五部分: 环境绩效 ( E 系列 )</b>				
<b>( E1 ) 绿色经营</b>				
E1.1 建立环境管理组织体系和制度体系	●	★		
E1.2 环保预警及应急机制	●	☆		
E1.3 参与或加入环保组织或倡议	●	☆		

指标名称	定性指标(●)	核心指标(★)	披露情况	披露位置
	定量指标(⊕)	扩展指标(☆)		
E1.4 企业环境影响评价	●	★		
E1.5 环保总投资	⊕	★		
E1.6 环保培训与宣教	● / ⊕	★	完全采用	p.78
E1.7 环保培训绩效	⊕	★		
E1.8 环境信息公开	●	☆		
E1.9 与社区沟通环境影响和风险的程序和频率	● / ⊕	☆		
E1.10 绿色办公措施	●	★	完全采用	p.78
E1.11 绿色办公绩效	⊕	☆	完全采用	p.78
E1.12 减少公务旅行节约的能源	● / ⊕	☆		
E1.13 绿色建筑和营业网点	● / ⊕	☆		
<b>(E2) 绿色工厂</b>				
E2.1 建立能源管理体系	●	☆		
E2.2 节约能源政策措施	●	★	完全采用	pp.77-78
E2.3 全年能源消耗总量	⊕	★		
E2.4 企业单位产值综合能耗	⊕	★		
E2.5 企业使用新能源、可再生能源或清洁能源的政策、措施	●	☆		
E2.6 新能源、可再生能源或清洁能源使用量	⊕	☆		
E2.7 减少废气排放的政策、措施或技术	●	★		
E2.8 废气排放量及减排量	⊕	★		
E2.9 减少废水排放的制度、措施或技术	●	★		
E2.10 废水排放量及减排量	⊕	★		
E2.11 减少废弃物排放制度、措施或技术	●	★		
E2.12 废弃物排放量及减排量	⊕	★		
E2.13 发展循环经济政策、措施	●	★		
E2.14 再生资源循环利用率	⊕	★		
E2.15 建设节水型企业	●	★	完全采用	p.78
E2.16 年度新鲜水用水量 / 单位工业增加值新鲜水耗	⊕	★		
E2.17 中水循环使用量	⊕	★	完全采用	p.78

指标名称	定性指标 (●)	核心指标 (★)	披露情况	披露位置
	定量指标 (⊕)	扩展指标 (☆)		
E2.18 减少温室气体排放的计划及行动	●	★		
E2.19 温室气体排放量及减排量	⊕	☆		
(E3) 绿色产品				
E3.1 供应商通过 ISO14000 环境管理体系认证的比例	⊕	★		
E3.2 提升供应商环境保护意识和能力的措施	●	☆		
E3.3 供应商受到环保方面处罚的个数和次数	⊕	☆		
E3.4 支持绿色低碳产品的研发与销售	● / ⊕	☆	完全采用	pp.23-25
E3.5 废旧产品回收的措施和绩效	● / ⊕	★		
E3.6 包装减量化和包装物回收的政策和绩效	● / ⊕	★		
(E4) 绿色生态				
E4.1 保护生物多样性	●	★		
E4.2 在工程建设中保护自然栖息地、湿地、森林、野生动物廊道、农业用地	●	☆		
E4.3 生态恢复与治理	●	☆		
E4.4 生态恢复治理率	⊕	☆		
E4.5 环保公益活动	● / ⊕	★		
第六部分：报告后记 (A 系列)				
(A1) 未来计划：公司对社会责任工作的规划	● / ⊕	★	完全采用	p.89
(A2) 报告评价：社会责任专家或行业专家、利益相关方或专业机构对报告的评价	●	★	完全采用	p.90-93
(A3) 参考索引：对本指南要求披露指标的采用情况	●	☆	完全采用	p.94
(A4) 意见反馈：读者意见调查表及读者意见反馈渠道	●	★	完全采用	p.89

课题组组长：胡鹏光

副组长：谢 炜／刘德顺

总 执 笔：秦静花

课题组成员：刘津津／宋浩敏／柳 杨／宋 涛

编写小组：马云馨／杨东来／杨 洁／张 月／张 澄／梅 玫／白 雪／张静鸥

装帧设计：孙元明／马 宁／段 丽

新媒体支持：王 璇



[csr.ssap.com.cn](http://csr.ssap.com.cn)