

山西教育出版社
2017 年度财务等重大信息公开

山西教育出版社

2017 年度财务等重大信息公开

第一部分 年度报告

一、企业基本情况

1. 中文名称：山西教育出版社。简称：山西教育出版社
2. 英文名称：Shanxi Education Press。缩写：SXEP
3. 法定代表人：雷俊林
4. 股东名称：山西出版传媒集团有限责任公司
5. 注册地址：太原市水西门街馒头巷 7 号
6. 办公地址：太原市水西门街馒头巷 7 号 邮政编码：030002
7. 网址：www.sxeph.com
8. 电子信箱：sxjycbs@sina.com
9. 经营范围：

教育类期刊出版；教材、教学参考、课外读物、教育理论、社科、艺术和其他学术类图书的出版活动。

10. 简介：

山西教育出版社成立于 1990 年 5 月。建社以来，全社干部职工认真贯彻党的出版方针政策，坚持正确的出版导向，紧紧围绕有利于经济建设、社会发展和提高全民族的科学文化素质开展工作，取得了突出的经济效益和社会效益。目前已形成了以中小学教材教辅读物为主体，以艺术教育类读物为特色，以弘扬中华民族优秀传统文化的文史读物为重点，以多媒体互动的畅销书为亮点的晋教版图书结构体系，出版了一批具有良好社会效益和经济效益的优秀图书，赢得了读者的广泛好评。我社是全国良好出版社、新闻出版系统先进单位、首届新闻出版行业文明单位、省直文明和谐标兵单位。

二、主要会计数据和财务指标

项 目	年初余额 (万元)	期末余额 (万元)	变动比率
资产总额	46813	46025	-1.68%
应收账款	17040	13433	-21.17%
存货	3403	3413	0.29%
固定资产净值	6533	6187	-5.29%
负债总额	4481	2422	-45.95%
应付账款	1537	14	-99.09%
预收账款	1287	1491	15.85%
应交税费	825	418	49.33%
所有者权益	42331	43603	3.00%

项 目	累积完成 (万元)	上年同期 (万元)	变动比率
营业收入	26222	26899	-2.52%
营业成本	16218	16610	-2.36%
营业税金及附加	194	274	-29.20%
销售费用	2560	3199	-19.97%
管理费用	2055	2211	-7.06%
财务费用	-70	-69	-1.45%
其他收益	693		
营业利润	5958	4675	27.44%
利润总额	6077	6101	-0.39%

三、股东出资情况

1. 股东名称：山西出版传媒集团有限责任公司
2. 出资比例：100%
3. 认缴注册资本：700 万元
4. 实缴注册资本：700 万元
5. 出资方式：实收资本作为注册资本。
6. 出资时间：2006 年

四、控股股东及实际控制人变更情况

我公司控股股东及实际控制人为山西出版传媒集团有限责任公司。本报告期内我公司控股股东及实际控制人无变化。

五、企业领导人年度薪酬情况和员工收入水平

（一）现任领导人年度薪酬情况

序号	姓名	性别	年龄	现任职务	任现职时间	实发薪酬
01	雷俊林	男	43	社长	2013.7	34.08
02	刘立平	男	50	总编辑	2013.7	27.88
03	王永江	男	46	副社长	2014.4	22.01
04	薛海斌	男	43	副总编辑	2014.4	21.73
05	潘峰	女	44	副总编辑	2017.12	14.35

（二）员工收入水平（应发工资平均数）

截止 2017 年 12 月 31 日，我社正式职工(不含社领导)年平均人数 58 人，年应发平均收入 16.74 万元，年实发平均收入 13.70 万元。

六、社委会总结报告摘要

（一）社委会关于报告期内经营情况的讨论与分析

1. 主营业务分析

2017 年本期完成 2.8291 亿元，具体是：1. 实现营业总收入 2.6222 亿元；2. 集团调控产品调增营业收入 1370.75 万元；3. 《高中问导》折扣调增营业收入 698.79 万元。其中：主营业务收入为 261194953.96 元，比上年减少 641.59 万元，销售的主要图书有：

①2017 年春、秋两季集团调控产品全年完成销售收入 190168210.69 元，比上年增加 16 万元，占总销售的比例 72.8%，剔除税率因素比上年减少销售 317 万元；

②2017 年上目教辅图书《中考指导》、《中考备战策略》销售 9787568.81，比上年减少 228 万元，占总销售的 3.74%；

③《实验报告》、《点击金牌》等市场教辅图书销售 47775779.31 元，比上年增加 715 万元，占总销售的 18%；

④自办发行实现销售收入 12056115.11 元，比上年减少 1070 万元，占总销售的 4.7%；

⑤网络销售实现 1407280.04 元，占总销售的 0.5%，其中“当当网”销售 286943.47 元，“淘宝天猫店” 1120336.57 元。

从销售分析可以看出，调控产品近三年出现逐年下降的趋势，但仍是本社营业收入实现的主力，是我社的生命线；其次，在发行人员的努力下，市场教辅图书增长较快，是调控等上目产品的有力补充，保证了我社全年考核目标的顺利完成。此外，从 2017 年 7 月 1 日起，图书销售的增值税率由 13%降低为 11%增加了营业收入 416 万元。

2. 资产负债状况分析

2017 年末，我社资产总额 4.6025 亿元，比年初的 4.6813 亿元，减少了 788 万元。负债总额 2422 万元，比年初减少 2059 万元；所有者权益 4.3603 亿元，比年初增长了 1272 万元。

我社的所有者权益比率为 94.74%，资产负债率为 5.26%，资产结构良好。本年的国有资产保值增值率为 119.12%，净资产收益率为 18.41%，我社的生产经营有效地实现了国有资产保值增值。

（二）社委会关于公司未来发展的讨论与分析

2017 年，虽然我社在诸多领域都取得了良好的成绩，但我们的公告教辅依然面临着学生人数减少、破窗效应扩大的问题，我们的市场教辅依然面临着市场竞争加剧、品牌效应趋弱的压力，一般图书仍然需要摆脱策划力量不足、市场份额萎缩的困境，我们必须正视问题，破冰前行，在不利的环境中树立发展优势。具体问题如下：

1.公告教辅整体销售持续下降

公告教辅继去年大幅下降之后状况并没有好转，今年再次出现下降，形势令人堪忧。作为全社生命线的公告教辅，可以说已经到了十分危急的边缘。2017 年全年，公告教辅共发行 1990.94 万册，实现销售码洋 43450.41 万元，比上年降低 2849.24 万元。在众多的公告产品中，我社生命线产品《初高中问导》以及《山西省中考指导》下降明显，这几套产品码洋贡献出现逐年下降，情况不容乐观。通过细致分析，究其因，其一，在校生成人数持续减少，给以人数为依托的教辅市场带来了决定性的影响；其二，市场竞争日趋激烈，近几年其他各出版公司为打开山西市场，争相有针对性地策划教辅图书，并运用灵活的销售策略逐步对我社公告教辅产品的占有率产生了影响，致使“破窗效应”持续扩大；其三，自身产品品种单一，一套产品打天下，难以满足不同层次学校的个性化需求，引领课改的教辅设计理念和一线教学课改进程不一致引起的矛盾是其因之一；其四，营销及售后服务不到位，近几年，随着出版社利润向供应、印刷、发行环节的大幅度流出，以及纸张成本的剧增，教育社公告教辅凭借自身力量难以承担全方位、多层次、大面积的培训、售后等服务工作，导致售后服务未能全面发展。

2.老牌市场教辅品牌维护力度不够

就市场教辅而言，近些年新开发的品种市场表现良好，《中小学心理健康教育》《初高中实验报告》《新课程学业水平测试卷》《新中考》都实现销售增长，但是几套口碑不错，有影响力的老牌市场教辅却因为维护不力等原因，在销售榜单上，已经看不到诸如《招牌题库》《名师同步设计》《点击金牌》等产品的身影。鉴于这种情况，我社已经开展了青年编辑老牌市场教辅认领计划，通过专人负责，把我们的品牌产品继续经营起来，力争创造良好的销售业绩。

3.主题出版、重大项目等重点图书进展缓慢

在大众图书出版上，我社面临的主要问题是主题出版、重大项目、国家基金等重点图书进展缓慢，出版时间一拖再拖，有的不得不由于错过了重大事件节点或者是作者配合度低等原因而放弃。例如，在主题出版方面，我们面临着经验不足、能力欠缺、影响力不够的问题，2017 年只有《为英雄正名》一种图书入选了主题出版国家出版基金资助项目及总局农家书屋目录，销量超过 30000 册，创造了一定的收益，而除此之外的其他书则略显逊色，更难以形成品牌效应。在基金资助方面，由于编撰难度大，作者配合度低，我社的两套资助类古籍产品推动极为缓慢。所以，我们今年对主题出版及重大项目推动格外关注，特别是对重大事件节点、重大纪念日的主题出版做了深度规划，共策划了 10 余种主题出版选题，准备冲击国家各类奖项，希望能够在这方面的工作有所改进，有所突破。

4. 人才储备严重不足

在用人方面，青年人才缺乏锻炼，新老衔接不够顺畅以及用人制度不合理是我社面临的最为棘手的问题。2017年，为了落实集团深化机制改革要求，推动人才梯队建设，为未来发展积蓄人才力量，我们召开了2017年中层干部竞聘大会，以加强中层领导力量，但是新上任的这批青年人才经验不足、缺乏锻炼，在担纲重要任务时不够成熟，相信经过一段时间的磨合与历练能够早日独当一面，成为社里的中坚力量。进一步规范用人制度，根据岗位需求引进、完善人员结构，都是亟待解决的现实问题。

根据市场变化，我社积极寻找解决对策，具体有：

1. 深化改革，从改革中寻求发展的动力

2018年，我们将把改革作为最重要的事情抓紧抓好，从改革中寻求发展的动力。要建立一个具有明显刺激作用的激励机制。经过几年的培育，现在每个策划室都有了自己的看家书，进行以效益为中心的考证机制条件逐渐成熟，所以我们决定在策划室推行以经济效益为中心的分配制度，初步的想法是50%的收入要与效益挂钩，也就是说，50%的收入要从策划室所赚到的钱中提取，如果有了突出的效益，那么就会有很高的收入；如果效益差，收入自然会降低。策划室是改革的发起点，其他部门的项目如为社里带来效益，一样参照策划室进行奖励。

为了激励广大职工的主观能动性，我们在改革之初，实行特殊的奖励政策，重奖轻罚，保护积极性，鼓励大家闯市场，创效益，开创新局面。为了顺利推进改革，我们在项目组改革之外，重点拟定了两个计划，即“山西教育出版社青年编辑项目扶持计划”和“山西教育出版社品牌教辅领养计划”。前者我们鼓励青年编辑在社里的支持下独立策划并运作选题；后者则由鼓励青年编辑就老牌市场教辅进行“领养”，通过专人维护，再创我社市场教辅的辉煌业绩。

2. 修炼内功，提升图书质量，加强售后服务

针对公告教辅下降的情况，一方面，我们将成立专门的教辅协调部门，与集团组织成立公告教辅协调小组加强联系，在公告教辅产品的研发、生产、送审、印刷、发行、物流、市场调研、市场监督、培训服务等方面明确职责，加强产品生产线各环节的管理。另一方面，我们将加强研发投入，成立由国家课标组核心成员、省督学、优秀教研员及其他业务人员组成的研发团队，及时调研、了解市场同类产品的发展情况，及时了解国家层面的考改、课改政策变化，确保从方向上能引领教学并且符合实际教学情况，进而能使使用我们产品的学校在实质上提高成效，如此方可赢得好的口碑。

《问导》虽然解决了省课程改革以来教学一线出现的许多问题，但在一些经济和文化发展

相对落后，交流比较闭塞的地区，贯彻落实教学改革步伐还是缓慢，学校的教育教学理念比较落后，教学方法仍然陈旧，严重影响了《问导》丛书的使用效果。基于此，我们从长远考虑，要加强培训工作，像做教材培训一样做《问导》培训。培训活动必须形成一定规模，并具有循环性、系列性。此外，我们还将组织多种形式的赛课赛讲活动，或组织相关的知识竞赛，以提升产品的认同感、认可度。

3. 加大力度，重振市场教辅影响力

根据我社审计顾问建议，我们已与书店就市场教辅的宣传推广方案达成一致意见，具体方法是在书店无法进行市场推广的情况下，由书店出具书面意见，说明无法推广的原因，由出版社自行解决推广。据此，我社将按照集团教辅管理的“新五条”，继续做好宣传推广工作，把华育市场1个亿销售，近千万利润抢回来。

我们的《青年项目扶持计划》以市场教辅图书为主，希望青年编辑能够积极探索市场，培养对市场的敏锐的感受力。同时，我们启动的品牌项目认领计划，也是要把原有的品牌教辅重新规划，重振市场的影响力。总之，我们要在今后两年，把市场教辅作为一项重要任务来抓，恢复我社在文教图书市场上的优势地位。

4. 借力借脑，持续优化选题结构

我社一般图书表现乏力，其实反映的是策划能力的减弱。青年编辑经验不足，部分选题推进缓慢，选题结构有待优化的现状，这些都是不争的事实。我社想了一系列办法来鼓励人才脱颖而出，但人才的成长是需要一个过程的。在暂时还不能挑起大梁的情况下，我们实行了出版顾问制度，聘请了朱永新、杨平、孟繁之、刘远、裴海安、阎银夫、陈铁补、侯永林等先生为我社的出版顾问，在教育出版、主题出版、学术出版等方面，借助外脑，加强选题策划，争取出版更多的精品图书，创造更大的经济效益和社会效益。

七、年度内重大事件及其对企业的影响

2017年，我社进一步适应新常态，不断推动发展方式从规模数量型向质量效益型转变，加强成本管理，严控出版风险；同时继续在拓宽营销渠道、丰富营销方式上突破创新，在市场导向、需求导向、问题导向的指引下，我们在全民阅读、农家书屋、媒体融合、线上线下、版权贸易、百社千校等领域多面开花，通过更加精准的读者定位，更加人性化的售后服务，不断维护并拓展原有的销售渠道，提升图书的品牌价值，创造多元化的营销模式，发挥精品图书的引领作用，提升龙头产品的社会影响力。

（一）重大经营决策

1. 顺应课改，坚守阵地，公告教辅保持较高质量

在 2017 年，我社的一项重要工作是针对《问导》进行了体现“学科核心素养”的大规模修订，在召集学科主编及编写老师讨论体例之后，最终形成《问导》的修订方案，从而保证了《问导》的新颖性、前沿性、导向性。不仅如此，从 2017 年秋季开始，我们对《问导》的内文版式重新设计，重编附件内容，部分学科重新调整印张以适应“新三科”的变化。为了增强我社公告教辅的数字化服务，我们在初中《问导》产品中设计 5 万套书签，邀请优秀教师录制与 9 个学科《问导》教学理念相配套的课堂教学案例视频，并通过二维码的形式提交给一线老师，为老师教学提供样板。除了《问导》产品，我们的《寒暑假作业》通过重编得到了教育厅表扬和一线师生的广泛认可，并且在研发过程中培养和提高了编辑的创新能力和自信心，为后续的工作提供了可借鉴之处，而且《寒暑假作业本》进入 2017 年四川省教育厅公告教辅目录。

除了保质保量地完成计划教辅的生产工作，教辅编辑室还不断加强与华育、书墨聚、教材中心、星球出版社、天域北斗、国家测绘局等单位的交流，深入山东、浙江、北京、天津、上海、枣庄、方山、临县、运城等地深入调研，组织各种修订组稿会议，体例研讨会议。这些工作，有力地保证了公告教辅编写高质量、高水平地顺利出版。

2. 与时俱进，关注教育，两套教材取得最新进展

项目化实验教材以及新生命教育教材是我社大力推进并自主研发的两套教材，这两套教材都在今年取得了较为突出的成绩。

①项目化实验教材

基于项目化学习编写的初中教材，截至 2017 年 12 月，已经编写完成和正在编写的学科有语文、化学和数学。

语文项目学习实验教材七、八、九三个年级 6 册均已完成编写和统稿工作，并已在晋中 7 所实验学校完成了一轮实验，同时在太原市致远中学、阳泉第 12 中学、北京景山中学、北京第 80 中学等学校进行了部分项目的完整实验，得到广大师生和家长的一致好评。在灵石县中考成绩的前十名中，教材实验校灵石二中占了 6 名，语文均分达 99.07 分，及格率达 98.32%，优秀率达 75.06%；在太谷，师资薄弱的阳邑中学是一所乡镇中学，今年对标太谷中学的指标分数线是 618 分，而该校的一名初三学生以高出对标线 65 分，总分 683 分的成绩跻身太谷全县中考成绩前列，创造了该校的历史。但是，由于受到国家三科教材统编政策的影响，语文学科不能按计划申报国标教材，所以必须另辟蹊径，我们将积极通过校本教材、教材辅助读物等

形式进行推广。

数学教材的开发正在加速推进，目前七年级上下册已完成编写，其中七年级上下册部分项目已在北京、晋中实验学校完成试用，八年级上下册也即将交稿，九年级上下册也在紧锣密鼓的编写当中。

化学教材九年级上下册已完成编写，其中教材图片拍摄、版式设计及编辑加工基本结束，计划 2018 年 1 月正式出版。从 2018 年 9 月开始，我们将联合北师大化学研究院“高端备课”课题先行在该课题实验校推广实验，同时我们会继续在晋中等课改实验校开展教材的相关实验工作。

②《新生命教育》教材

为了推广《新生命教育》教材，我们相继参加了北川新教育年度工作会，南京新教育年会，现场销售及推广新教育图书，并在南京年会上举行 150 所新生命教育基地校授牌仪式。同时，我们还与宋庆龄基金会、新生命教育研究所共同筹办中华青少年生命教育论坛暨新生命教育种子教师培训，为今后开展活动打下基础。现在《新生命教育》教材春季版都已出版，印量达到 16.7 万册，实现码洋 262 万元。

3. 平台落地，强势推进，数字出版收入实现零的突破

如果说 2016 年是我社数字出版全面启动的关键一年，那么 2017 年则是数字出版正式运营并创造收入的关键之年，对于全社出版结构的优化调整、融合发展转型升级都具有重要的意义。今年，数字项目“问导教育云平台”正式上线，本平台是一个技术领先、内容优质的数字教育平台，通过自主研发、品牌引入两条途径，不断充实内容，目前共有资源总容量 1.8Tb，提供包括试题、课件、教案、学案、教学视频、图片等教学资源，其中图片 33 万张、文档 10 万份、动画 5000 个、音视频 3.7 万个，以 B2B 的商业模式为主，为学校或区（县）教育局提供数字化资源整体解决方案。

5 月 24 日，山西教育出版社与吕梁市教育局于孝义二中隆重举行教育信息化战略合作启动仪式，目前已在吕梁市、长治市、忻州市、阳泉市 100 多所学校投入使用，2017 年销售合同收入 100 多万元，教育信息化实现收入零的突破。11 月 29 日，“问导教育资源平台”参与投标的“武乡县教育科技局云计算教室采购项目第二包教育资源云平台开发及服务采购”项目从众多优秀同行中脱颖而出，得到专家评审组的青睐，成功中标，中标金额 50.7 万元，迈出了我社从传统出版向数字出版转型迈出的关键一步。目前，我社与保德县、繁峙县、忻府区、代县的部分学校达成了购买协议。对于问导项目云平台的市场前景，我们抱有很高的期望。

4. 蓄势待发，精心策划，电商平台销售再创佳绩

天猫旗舰店继续延续去年的良好势头，全年创造营业额超过 220 万元，超过去年的销售总额，增长率达到 10%，双十一销售额突破 10 万元，双十二销售额突破 5 万元，全年销售稳步增长，有望在年底再创新高。天猫旗舰店是我社开展线上数字营销的重要平台，我们依托单品宝、店铺宝、同步微淘等多种方式进行多端推广，通过设计售后服务卡和活动宣传单页等方式保证每月至少策划一场促销活动，促进全店营业额的提升。

作为实现新媒体出版的另一个有力武器，山西教育出版社微信公众号也取得了不俗的成绩，全年共 12 次入选出版社新媒体清博指数排行榜前二十名，现有粉丝数达到 32000 人，增长 10000 余人，2017 年推送微信 146 期，共计 278 条。其中公众号阅读量上千的文章达到 73 篇，配合编辑老师推广新书及节假日活动策划文章共 49 篇，联合其他出版机构举办赠书活动 12 期，开展线上线下宣传推广活动 7 期。

5. 制度建设，人才培养，两大抓手有力支撑

今年，我们在继续完善已经出台的十八项行政管理制度的基础上，新出台了《山西教育出版社聘请专家有关费用支出标准暂行办法》和《山西教育出版社出版物捐赠管理办法》，制定了《山西教育出版社“十三五”发展规划》和《山西教育出版社“十三五”红色文化传承保护与发展规划》，制度体系进一步健全，内部改革有了更多的制度支撑。

在人才培养方面，2017 年，继续加强编校业务培训，全年社内举办讲座共 9 次，与省外优秀出版社交流活动共举办 2 次，暑期图书营销推广活动 4 次，其他图书发布活动 2 次，大型教师培训活动 1 次，青年编辑的综合活动能力得到提升。与此同时，我们切实加大中层干部的培训力度，使各级管理干部的知识、技能和综合素质能够满足任职岗位的需要，开发好除编辑、校对岗位外的其他各种岗位的技能培训，继续摸索建立外训渠道的路子，尝试培训与绩效挂钩，用制度来保证员工参与培训的积极性，建立积极的培训氛围。

（二）会计政策变更的说明

根据财务制度“真实性”和“实质重于形式”原则，对庙前小区 0402 等 7 套住房补提折旧 1773354.90 元，调减了年初未分配利润。

根据财政部《企业会计准则第 16 号—政府补助（2017 年修订）》（财会【2017】15 号）文件规定，从营业外收入科目调整计入其他收益的政府补助 6927668.13 元。

（三）利润分配

本期实现利润 6077 万元，上交集团利润 4806 万元，留存 1271 万元。

八、本年度财务预算主要指标

2017 年度，集团下达的考核目标共有五项，分别是：营业总收入 2.7 亿元、利润总额 8000 万元、净资产收益率目标 17%、贷款回收率目标 90%、国有资产保值增值率目标 119%、存货周转率目标 3 次。

九、上一年度财务预算执行情况

2017 年度，我社完成集团财务绩效考核指标情况如下：

1、营业总收入 优秀指标 2.7 亿元，本期完成 2.8291 亿元，具体是：1.实现营业总收入 2.6222 亿元；2.集团调控产品调增营业收入 1370.75 万元；3.《高中问导》折扣调增营业收入 698.79 万元。

2、利润总额 优秀指标 8000 万元，本期完成 8095.18 万元，具体是：1.实现利润 6077 万元；2.集团调控产品调增利润 411.23 万元；3.《高中问导》折扣调增利润 209.64 万元；4.集团调整印刷工价和纸价调增利润 922.31 万元；5.2017 年春秋两季调控产品退货调增我社利润 475 万元。

3、净资产收益率 基础指标 17%，实际完成 18.41%。

4、贷款回收率 基础指标 90%，我社应收账款主要是省店 17 秋季教辅书款，剔除省店应收账款影响因素，实际完成 90%。

5、国有资产保值增值率 基础指标 119%，实际完成（含上缴集团利润）119.12%。

6、存货周转率 基础指标 3 次，实际完成 4.75 次。

7、人均创利目标 48.13 万元，调整为 37.43 万元，实际完成 37.74 万元。

十、审计报告摘要

山西晋利审计事务所有限公司对我社 2017 年度的财务报表进行了审计，并出具了审计报告（晋利财审【2018】0071 号）。审计的中国注册会计师是李兴义、张春慧。审计报告认为：山西教育出版社财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了教育社 2017 年 12 月 31 日的财务状况以及 2017 年度的经营成果和现金流量。

十一、企业履行社会责任情况

（一）经济责任

我社的 2017 年度的国有资产保值增值率为 119.12%，净资产收益率为 18.41%，有效地实现了国有资产保值增值。

（二）安全责任

在工作中，我们一直注重将社会效益放在首位，实现社会效益与经济效益的协调统一，注重质量意识、安全意识、责任意识及大局意识，勇于承担自己所担负的社会责任和经营责任。2017 年，我社优化图书结构，注重流程再造，出台了一批企业经营及行政管理制度，明确责任分工，健全责任机制，保证了出版的每一本图书导向正确、质量过硬，也保证了行政管理科学合理、有序高效，做到了经营安全、生产安全、民生安全，图书编校质量合格率超过 98%，圆满完成了出版集团的经营指标，企业综合竞争力明显提升。

（三）创新责任

2017 年，我社继续坚持“抓改革、强管理、调结构、促创新”的发展方针，不断融入“互联网+”思维，积极创建融媒体产品，逐步探索以数字技术为基础的个性化教学服务，着力推动资源平台建设，力争实现传统出版和新兴媒体在内容生产、体制机制、组织架构、营销推广的全方位融合企业责任。在数字出版领域，继续扩大与互联网公司的深度合作，以零投入实现教辅图书内容的数字化延伸；我社基于山西基础教育形势开发的“基础教育云平台——问导网”正式上线，入选新闻出版广电总局新闻出版改革发展项目库并获得中央及山西省文化产业发展专项资金共 700 万元，为我社的产业升级、融合发展做了积极的准备。

（四）环境责任

2017 年，我社也主动担负起了环境责任，不仅在全社范围内提倡绿色生产，杜绝铺张浪费，遏制不良风气，而且还出台了办公用品采购、使用和管理办法，制定了降成本、去库存及优化成本核算制度若干措施，从编印发各个渠道降低了成本，节约了资源，同时也保护了环境，创造了一种和谐健康的企业文化氛围，也为推动企业经营起到了积极的作用。

（五）企业责任

一直以来，我社主动担负起应尽的各类社会责任。首先，作为文化企业，我们不断地提升图书质量，挖掘优质选题，为读者提供能够充分反映中华优秀传统文化的精品内容，不断满足

读者日益增长的精神文化需求，履行好文化遗产与知识传播的社会责任；同时，我社积极参与到各类社会公益活动中，继续深入支持中国教育三十人论坛和新教育实验活动，积极参与“书香三晋·全民阅读”系列活动，向贫困地区捐赠图书并开展教育讲座，受到上级部门表扬。

（六）廉政责任

在当前反腐倡廉大形势下，我社终将作风建设、廉政建设放在首位，按照上级安排和部署，严格要求全社党员及党员领导干部对照《关于新形势下党内政治生活的若干准则》和《中国共产党党内监督条例》，以实际行动贯彻落实中央、省委和集团党委各项党风廉政建设决策，结合实际，查摆不足，自查自改，牢固树立政治意识、大局意识、责任意识、核心意识和看齐意识，坚持廉洁奉公，严格遵守中央八项规定，主动适应和维护新常态，守住底线，远离红线，全社形成了艰苦朴素、克己奉公、清白做人、干净做事，吃苦在先、甘于奉献的良好氛围。

（七）未来展望

通过全社员工的努力，我社的品牌影响力逐步提升，综合竞争实力有所增强，已跻身于全国最具竞争力的出版社之列。未来，我们将砥砺奋进，团结进取，开拓创新，形成突破，继续保持 在文教出版领域的竞争优势，不断推进“坚守生命线，夯实产品线，开拓新领域，追求大发展”的中长期规划，为出版事业的发展及出版产业的繁荣做出更大的贡献。

第二部分 生产经营管理

一、经营目标完成情况

- 1、营业总收入 目标 2.7 亿元，本期完成 2.8291 亿元，超目标 4.78%；
- 2、利润总额 目标 8000 万元，本期完成 8095.18 万元，超目标 1.19%。
- 3、净资产收益率 目标 17%，实际完成 18.41%；
- 4、货款回收率 目标 90%，实际完成 90%；
- 5、国有资产保值增值率 目标 121%，实际完成（含上缴集团利润）119.12%；
- 6、存货周转率 目标 3 次，实际完成 4.75 次。

二、重点项目投资情况

2017 年共收到财政资金 6927668.13 元，主要有：

2017年12月，根据晋财行【2017】264号文件，我社收到山西省人民政府文化事业管理处2017年重点图书扶持资金26万元；

2017年9月，根据基金办【2017】47号关于国家出版基金2017年主题出版项目立项的通知，收到《为英雄正名》资助款7.4万元；

2017年11月，根据基金办【2017】10号国家出版基金资助项目结项并拨付尾款的通知，收到《何泽慧传》资助款1万元；

2017年5月，财驻晋监退增字【2017】24号关于对企业增值税退税申请的批复，收到省财监办退税款4783668.13元；

2017年3月，收到山西出版集团2017年度宣传文化发展专项资金《新生命教育》120万元；

2017年2月，收到山西出版集团拨付《互联网+教育出版转型融合平台第一期》省级文化产业资金50万元；

2017年7月，收到基金办【2017】16号关于2017年度国家出版基金项目立项的通知，《中国古代防洪工程技术史》资助款10万元。

我社重点投资的项目主要有：1、项目化实验教材；2.《新生命教育》教材；3.基于“问题导向学”的开放在线课程平台；4、利用数字技术实现教辅图书数字化延伸。

三、产品销售完成情况

本年实现营业总收入262223303.10元，比上年减少676.9万元。具体是：

- 1、主营业务收入261194953.96元，比上年减少641.59万元；
- 2、其他业务收入1028349.14元，比上年减少35.3万元。

四、环境保护情况

我社所涉行业不涉及节能降耗、矿山绿化、“三废”治理、环保设施、污染物排放等环境保护问题。

第三部分 大额度资金运作

一、大额度资金调动和使用情况

我社严格执行山西出版传媒集团资金管理“收支两条线”的管理，没有大额度的资金运作。

二、对外大额度捐赠、赞助

我社向第 27 届全国图书博览会捐赠图书 41297.40 元；支付五寨扶贫款 21 万元。

第四部分 职工权益维护

一、集体合同、工资专项集体合同、劳动合同的签订、履行等劳动法律、法规的执行情况

我社严格按照国家和省制定的各项法律法规及相关政策，以及集团公司的要求，与职工签订劳动合同。

二、人才引进、职工招聘、专业技术职称评定、职工培训等人才队伍建设情况

在人才引进、职工招聘和专业技术职称评定方面，我社严格按照国家的政策法规，在集团公司的统一安排下进行办理。

在职工培训方面，我社根据工作需要及职工岗位需求，有计划有步骤地组织职工参加各类培训。

三、职工劳动、安全、卫生保护情况

我社认真履行职工劳动保障责任，严格执行工资薪酬制度，按月足额以货币形式支付职工工资，无无故拖欠或克扣工资现象；严格执行国家法定假日及休假政策，无延长工作时间和扣减员工休假的情况。我社给职工提供了安全卫生的办公环境，确保全体职工健康工作；所有在岗职工均参加五险一金的缴纳，并享有伙食补贴、夏季高温补助、冬季取暖补助、定期体检等福利政策。

第五部分 履职待遇、业务支出情况

一、企业领导人员公务用车配备、使用、维修情况或车贴发放情况；通讯、业务招待、差旅、国（境）外考察培训等费用的年度预算及执行情况

本年度企业领导人员未配备专用公务用车，未发放交通补贴；

本年度企业领导人员无国（境）外考察培训情况。

本年度企业领导人员通讯费为 21600 元，按每月 400 元发放。

本年度企业领导人员未发生业务招待费。

二、业务人员车辆使用情况或车贴发放情况；通讯、业务招待、差旅、国（境）外考察培训等费用的年度预算及执行情况

本年度未发放交通补贴。

本年度发放通讯费 87508 元，按照发行人员 400 元，中层干部 200 元，普通职工 100 元、80 元、60 元的标准并入工资薪金发放。

本年度发生机动车辆费 216102.59 元。

本年度发生业务招待费 331855.74 元。

本年度发生会议费 212507.58 元。

本年度发生差旅费 1228609.05 元。

本年度出国（境）费全年预算及实际发生额均为 0。

单位：山西教育出版社

法人：

日期：2018 年 6 月 8 日