

新华文轩出版传媒股份有限公司

2017 年度社会责任报告

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

## 目录

前言 .....	3
一、 责任管理 .....	3
1. 企业愿景 .....	3
2. ESG 重大议题识别 .....	3
3. 合规管理 .....	4
二、 传承创新 .....	4
1. 弘扬中国文化 .....	4
2. 探索教育未来 .....	5
3. 开拓阅读新潮 .....	5
三、 价值链管理 .....	6
1. 严谨出版 .....	6
2. 高质印刷 .....	6
3. 高效物流 .....	7
四、 员工发展 .....	8
1. 员工权益 .....	8
2. 培训发展 .....	9
3. 健康安全 .....	9
4. 员工福利 .....	9
五、 社会共赢 .....	10
1. 全民阅读 .....	10
2. 公益慈善 .....	11
3. 绿色发展 .....	11

## 前言

本公司认为，良好的环境、社会及管治表现，对公司未来可持续发展、达成公司长期目标和为股东创造长远价值起着决定性的影响。

本公司根据上海证券交易所《关于加强上市公司承担社会责任工作的通知》《〈公司履行社会责任的报告〉编制指引》及《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》并同时参考香港联交所《证券上市规则》（主版）附录二十七所载之《环境、社会及管治（「ESG」）报告指引》的要求编制本社会责任报告（「本报告」），报告时间跨度为二零一七年一月一日至十二月三十一日（「报告期内」）。报告覆盖本公司及其子公司。

## 一、 责任管理

### 1. 企业愿景

本公司作为服务型文化传媒企业，以传承中华文化、服务社会为己任，密切关注企业社会责任的履行与可持续发展。关注环境、社会及管治工作，不仅是本公司对各方支持、关心力量的反馈，更是本公司实现可持续发展、实现公司发展战略、达成目标以及提质增效的重要保障。在稳健提升财务绩效的同时，本公司不忘自身文化企业特征的基本属性，以积极的姿态实践并创造价值，努力开拓市场，优化业务模式，并将承担企业社会责任融入到公司的经营发展之中，追求公司与客户、员工、股东和社会的共同进步和发展。

在未来，本公司希望整合各类相关资源，立足于创新精神和专业能力，在继续探索并发现文化之路上更多可能性的同时，继续承担社会责任，投身公益事业，关注各方需求，创造良好环境，为各方所需、群众所享的精神文明生活提供更高水平的服务，分享创新的成果。

### 2. ESG 重大议题识别

为系统识别 ESG 管理工作要点，本公司结合企业发展战略、国家政策、出版传媒企业发展趋势等内容，从自身发展及外部利益相关方两个维度，对公司 ESG 有关议题的重大程度进行了判断，形成新华文轩 2017 年 ESG 议题重大性矩阵，作为本报告内容选择的依据及公司开展后续 ESG 相关工作基础。



# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

## 3. 合规管理

本公司一贯坚持及执行高标准的商业道德操守，严格执行既有的公司管治政策，积极做好信息披露，确保在信任及公平的原则下做出决定，并以公开及透明的方式发布，从而保护全体权益人的利益。

本公司严格遵守《公司法》及反贪污、贿赂等相关法律法规，通过建立健全的内部控制体系，从各层面推进公司合规治理和运营。本公司依据自身内部所制定的《干部廉洁从业评价实施办法》、《投诉举报制度》，加强诚信体系建设，设立畅通的受理投诉举报平台，坚决抵制商业贿赂、腐败和欺诈等违法行为；同时积极开展廉洁从业专题教育，报告期内，参与者累计达到 1200 余人次。本公司设有纪检监察室，并按照制度要求，受理投诉举报事项并进行相应的调查、核实、处置工作。

## 二、 传承创新

本公司着眼于成为中华文化产业发展路上的探索者，视传承中华文明、引领行业创新发展为己任。在“创新”企业品牌理念引导下，本公司努力推进出版、教育数字化转型升级、产业链延伸和媒体融合发展的探索与实践，传承优质文化，推进传统出版和新兴传媒业务的创新与融合发展，为公司业务拓展提供新的发展动力，为各方提供紧跟潮流的产品服务。

在积极创新的同时，本公司高度重视知识产权保护，不断加强本公司员工对知识产权的认知和学习，努力提高尊重和保护知识产权意识，实现价值提升。本公司作为四川省知识产权示范企业。截至报告期末，本公司共持有商标数 208 个，报告期内新申请商标 4 个，成功续展商标 8 个，拥有著作权 895 项，出版权 3243 项，图书装帧设计权数 2681 项。

### 1. 弘扬中国文化

中华文化是中华民族智慧的结晶，延续着我们国家和民族的精神血脉，既要薪火相传、代代守护，也需要与时俱进、推陈出新，而在传承和弘扬中华文化的过程中，出版业发挥着极其重要的作用。在报告期内，公司出版了《中华大典》系列丛书、《国学经典鉴赏书系》《羌族石刻文献集成》《吐鲁番文献合集·儒家经典卷》等优秀图书。四川省作为中华文化的重要发源地，历史文献典藏丰富，具有极高的出版潜力和出版价值。报告期内，公司围绕巴蜀文化资源，出版了《四川民歌采风录》《中国地方志集成·四川府县志》等精品出版物。报告期内，本公司 12 种重点图书项目入选 2017 年度国家出版基金资助项目，巴蜀书社《辑补旧五代史》等 3 个项目入选 2017 年度国家古籍整理出版项目。

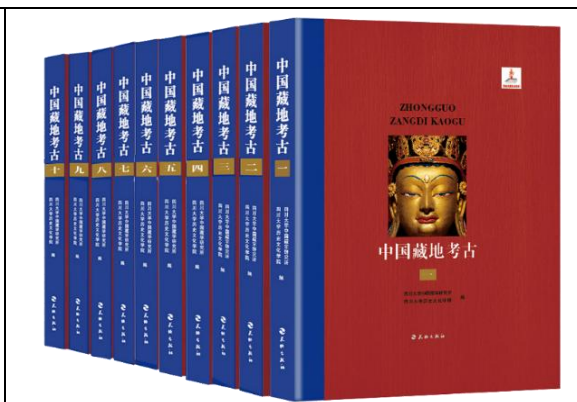
此外，公司推进传统文化创造性转化和创新性发展，以先进的出版理念为指导，以先进的信息化技术为依托，出版了 VR 出版物《川剧变脸》，以数字化的形式传承和弘扬传统优秀文化。

为了响应国家扩大中华文化影响力的号召，本公司近年来一直致力于中华文化的“走出去”工作，通过组团参加阿布扎比书展、香港书展、北京国际图书博览会等大型国际书展，以版权贸易为契机，加强中国与各地区各文化的联系与交流，在将一些优秀出版商引入国内市场的同时，也将中华文化和民族精神传播出去，收获了社会效益与经济效益俱佳的良好效果。报告期内，本公司被国家商务部评为“国家文化出口重点单位”，成功输出版权 175 种，同比增长 28.68%，输出地域涉及美国、俄罗斯等 20 个国家和地区。

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告



图注：阿布扎比国际书展中外嘉宾合影

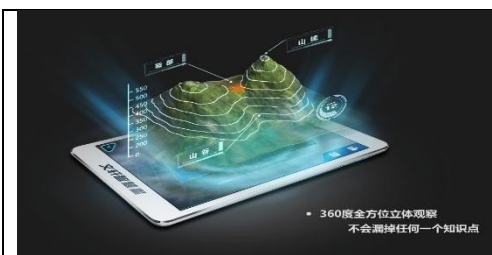


图注：地区史料《中国藏地考古》

## 2. 探索教育未来

本公司秉持“用心成就未来”的理念，在国家大力扶持教育信息化建设的背景和“创新·分享”品牌核心价值的指引下，结合新技术的发展，全方位、多角度地服务教育事业。

本公司一方面借助出版的主业优势，全方位提升教材、教辅质量和服务水平；同时，借助互联网、大数据、人工智能等现代信息技术对教育教学组织机制、资源形态、工具呈现等带来的巨大变革，结合国家信息化教育的发展战略，本公司积极提升“软件、硬件”实力，在数字化教育等诸多方面实现创造性突破，探索未来教育新模式，研发、推广智慧一体机、电子书包、云平台、数字学校、AR 地理课堂等教育信息化和教育装备产品，搭建教育服务生态系统，开拓教育服务市场的新空间。报告期内，本公司结合 AR 技术、平台终端，推出的寓教于乐互动产品“文轩 AR 妙懂课堂——初中地理资源包”，深受老师欢迎及学生的喜欢。



图注：文轩智慧星



图注：什邡市川教版《幼儿园整合式课程》培训

## 3. 开拓阅读新潮

本公司充分利用自身商品组织、供应及服务优势，致力于打造多元便民阅读服务项目和全民阅读基地，结合线上、线下资源，改善和创新服务方法，开启阅读新潮流。

在国家大力扶持“互联网+”的政策背景下，本公司大力发展电子商务、数字阅读、出版物供应链服务等互联网领域业务，拥有纸质书网络销售平台“文轩网”、数字内容推送平台“九月网”、出版物行业第三方互联网协同平台“出版物协同交易平台”。通过挖掘物流潜力、提高仓储效率等方式，提高互联网销售服务水平。

同时，面对互联网和电子书的迅猛发展对实体书店的冲击，本公司对线下实体书店进行升级和创新改造，围绕青年、亲子等不同受众，报告期内打造了“文轩 BOOKS”和“杨

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

红樱童书馆”等新兴线下书城。同时，本公司持续在各公共场合投放“自助书屋”，打造“一公里阅读圈”，为社区提供便捷的公共阅读服务。



图注：全国首家杨红樱童书馆开业



图注：文轩读读书吧

## 三、价值链管理

本公司的发展离不开全产业链的谋篇布局、精心设计。在出版、印刷、物流等环节的深入分析、严格把控之下，本公司产业链的整体实力得到保证，以此生产贴合大众文化需求的产品，为消费者提供安全、便捷的全方位服务。

本公司在加强自身产业链环节把控的同时，也将这些要求应用在对供应商的管理上，关注供应商环境、社会及管治相关表现，强化资质管理，确保产品采购合规、公平，产品质量符合标准，加强与供应商沟通，携手完成共同目标。截至报告期末，本公司主要与 96 家印刷设备及耗材供应商、960 家出版物供应商、56 家印刷商建立了良好的业务合作关系。

本公司始终把服务消费者作为价值链上最重要的环节，在不断完善自身全产业链及供应链质量体系控制的同时，建立完备的消费者保障服务，确保消费者得到贴心、舒适的阅读体验。消费者信息会加密保护，出版物实行销售质量首问责任制，在本公司平台发布的广告需通过严格的审核，以保证消费者的权益全方面得到保护。

### 1. 严谨出版

本公司以出好书为中心，以实现“两个效益”为目标，建立灵活有效的体制机制，严保出版质量，实现社会效益与经济效益的统一，为社会提供高质量的出版物，扩大了文轩出版的品牌影响力。

为严格把控出版物质量，本公司认真审核旗下出版单位的年度选题和增补选题，报告期内，对旗下 9 家图书出版社开展了编校流程检查，督促出版社建立并完善出版质量管理体系，坚持严格按照“三审三校”等出版流程开展出版工作。

本公司积极推动已立项国家级项目的顺利实施，增加重点选题储备，精心组织参评图书大奖，推出了一大批主题出版精品图书和畅销书。报告期内，本公司共计 139 种出版物获评各级奖项。

### 2. 高质印刷

本公司印刷业务以印制教材教辅为主，为提升教材教辅印装质量管控，保证“课前到书”，本公司根据相关法律法规针对印刷厂准入的资质条件、生产规范制定了多项管理制度，对自有印刷厂及供应商严格要求。其中，规定承印九年义务教育教材的印刷企业必须

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

提供中国环境标志产品认证证书；对印刷厂实行期限为三年的评级，以分级管理分派教材教辅承印业务，筛选合格印刷厂，实现对印刷产品质量的管控。

为加强印制产品原材料的管控，本公司同时对印刷厂纸张、油墨等原辅料的采购进行统一管理，制定《纸张供应商管理办法》、《纸张质量监督管理办法》，建立纸张采购质量评价机制，对纸张、油墨质量进行比选及监督抽样检查，并通过对纸张、油墨质量定期公开比选确定采购企业。同时，本公司对教材印制工作采取公开透明的信息公示措施，保证印制产品生产的公开透明。

在严格把控产品印刷质量的基础上，本公司建有完善的质量问题处理体系。本公司设有专用投诉电话，并印刷在每本书版权页上，用户可直接拨打电话进行投诉及问题反馈。为了加大售后服务力度，对读者反映的质量问题，实行“首问责任制”，进行上门服务，保证及时退换有质量问题的产品，为用户提供优质服务。同时公司遵循《印制质量管理办法》，对承印单位进行综合考评，加大奖励和处罚力度，有效保证产品印刷质量。

## 3. 高效物流

本公司依托信息化建设，整合物流体系、优化业务流程、拓展配送空间，着力发展高效率、现代化的物流平台，实现出版物及信息从供应到消费的有效流动和储存效益。

本公司整合现有物流资源，有效释放各地区优质资源，通过扩展负荷能力、加大库存空间为各方需求提供快捷优质的服务。本公司不断锤炼和提升物流服务能力，实现了专业分工。报告期内，公司物流到货及时率提升 13%，运输差异、破损率降低 0.2%，投诉率降低至 0.4%，物流全年流通总量和库存总量再创新高。

### 案例：“课前到书”工作圆满完成

因受环保、三科教材延迟造货等多种特殊因素影响，报告期春秋两季教材配送实际作业周期大幅缩短。对此，本公司积极做好物流供应链协同，制定应急措施，在作业高峰期中心及时抽调干部驻地作业，创造了单日包装 6.7 万件，单日发运 6.8 万件的历史最高水平，春季仅用 54 天配送 1.79 亿册，秋季仅用 35 天配送 2.09 亿册，创造了文轩物流速度，保证了“课前到书”目标的实现。报告期内，本公司荣获国家新闻出版广电总局“2017 年秋季三科教材出版印制发行工作先进集体”。



图注：新华文轩员工不惧酷暑奋战物流



图注：课前拿到课本的孩子们

在未来，本公司希望持续提升物流水平和质量，全力满足各方物流需求，并根据业务增量和各方业务需求变化，提升物流资源的利用率及效率，持续完善物流服务能力，为客户带来更及时、精准的服务。

## 四、员工发展

本公司奉行“以人为本”的人力资源理念，秉承“赛马识好马”“实干造就人才”的管理思想，积极促进员工发展，保障员工权益与身心健康，践行员工关爱，实现员工与企业共同发展的目标。

### 1. 员工权益

本公司严格遵守《劳动法》《劳动合同法》《未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等相关劳动法律法规，坚持平等雇佣，禁止就业歧视和强迫劳动，坚决杜绝雇佣童工。本公司尊重员工及工会意见，倾听员工诉求，建立正式的监督管理通道，明确与员工切身利益相关的事项，建立健全劳动合同制度切实维护员工权益。报告期内，本公司未发生违规雇佣和强制劳工事件。

本公司建立了人才选拔、培育、激励、淘汰机制，提供公开、平等的聘用机会。根据岗位任职资格，按照招聘流程进行招聘，在平等、自愿、协商一致的原则下，与员工签订书面劳动合同，并通过《员工手册》让员工了解公司的运作和管理模式、价值观和理念等相关基本情况，对员工的工作行为进行指引及规范。

本公司不断完善和优化本公司的雇员薪酬政策和薪酬管理体系，建立了企业与员工共同发展的激励机制。本公司的标准薪酬待遇包括基本薪金、绩效奖金及福利，并为员工提供养老、医疗、失业、工伤、生育等保险以及住房公积金、企业年金等保障。

报告期末，本公司人员构成如下：

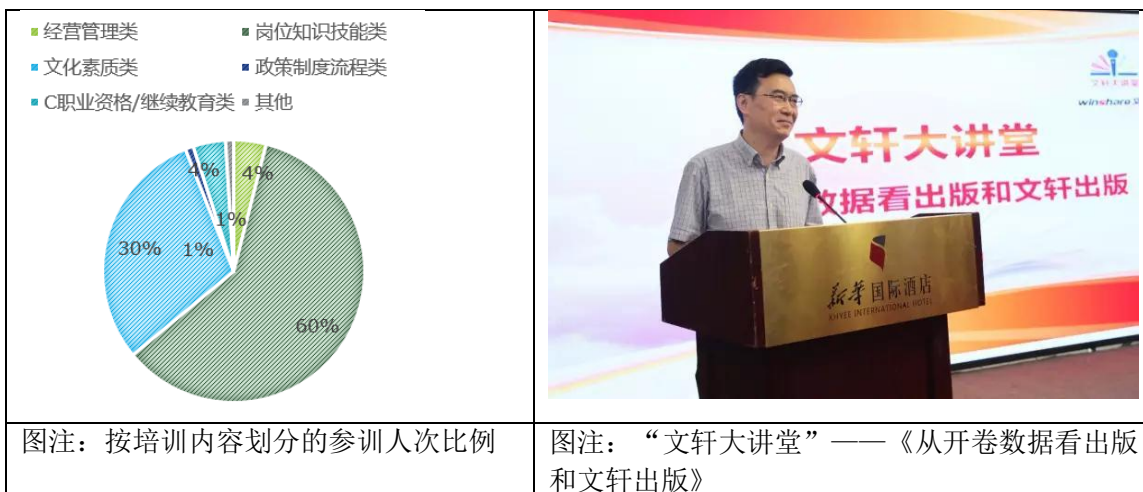
划分类型	人数
在职员工的数量合计	7,642
按性别划分的员工人数	
男性	3,234
女性	4,408
按专业构成类别划分员工人数	
操作人员	500
销售人员	3,696
技术人员	648
财务人员	402
其他人员	1,719
管理人员	677
按教育程度划分员工人数	
研究生及以上	306
大学本科	1,874
大学专科	2,848
高中及以下	2,614
按年龄组别划分的员工人数	
30岁及以下	1,613
31-40岁	2,376
41-50岁	2,674
51岁及以上	979



## 2. 培训发展

本公司遵循人才成长规律，建立多样化后备人才培养机制。在重要岗位建立后备人才库，制定梯队培养计划，优先安排培训培养，按“阶梯式”循序渐进选拔、任用优秀人才。本公司以培训为载体创建内部人才展示与交流的平台，采取统一管理、分层实施的原则，建立多层次、多形式的培训体系。培训类别涵盖经营管理、岗位技能、文化素养、职业资格等诸多方面，采取内训、外训、网络学习、知识竞赛等多种方式进行，关注培训的针对性及有效性，提升员工的专业能力和个人素养，为员工提供广阔的职业上升空间与舞台。

报告期内，在出版专业领域人才的培养方面，本公司建立了导师制度、举办公司首届青年编校大赛，并继续与四川大学合作发掘和培养专业人才；在高层次复合型人才队伍培养方面，本公司通过组织公司中层管理干部、出版单位中层管理干部的培训，举办文轩大讲堂专题讲座等，帮助经营管理人员拓展商业经营视野，掌握最新行业动态，提升商业经营能力，打造高水平管理团队。本公司成功申办了博士后创新实践基地，为出版行业深化研究、引进高端人才谋篇布局。



## 3. 健康安全

本公司严格遵守《职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》《工伤保险条例》等有关法律法规的规定，关爱员工身心健康，关注员工职业健病防治，把员工的健康与安全放在首位。公司通过员工体检、发放防护用品、安全巡检等举措，多方位保障公司员工的健康安全。报告期内，公司组织了针对消防安全、驾驶安全的专题培训及演习，在提升员工安全意识的同时，也加强了员工安全应急技巧的掌握。报告期内本公司未发生重大健康安全事故。

## 4. 员工福利

本公司注重关爱员工，建立了困难及患病员工慰问机制，帮助有需要的员工走出困境、实现价值。报告期内本公司帮扶困难职工 84 人。

同时，本公司关爱员工身心健康，定期组织员工体检和参加各种文体活动，满足员工精神文化需求，为员工提供健康、安全的工作环境，全面提升员工工作愉悦感。报告期内，本公司组织举办了“新华情”摄影书画作品比赛、“文轩好声音”十佳歌手大赛、“品读一本好书，抒写青春篇章”读书活动、建立新型职工书屋等一系列活动，丰富员工的文化生活。

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

## 案例：新华文轩举办“第二届文化艺术节”

为隆重庆祝新华书店诞辰八十周年、迎接十九大胜利召开，公司组织举办新华文轩“第二届文化艺术节”。其中包括“新华情”书画摄影作品比赛、“创造美丽”女职工手工作品展是艺术节重要的活动内容，得到了广大职工的积极响应，收到参赛作品数百幅。此类活动有效地推动企业文化建设，增强了企业凝聚力。



图注：“奔跑吧，文轩兄弟”



图注：“新华魂”演讲比赛

## 五、社会共赢

本公司十分注重为运营所在地带来良好的社会效益，将企业社会责任内化于心、外化于行，在充分发挥出版发行主业优势与文化产业正面影响的基础上，一方面促进社区和谐发展，开展公益工作，致力于促进全民阅读常态化，与社会共享创新成果，另一方面注重自身对社区带来的影响，节能减排，积极配合节约型社会的建设。

### 1. 全民阅读

本公司围绕“全民阅读”工作主题，致力打造“书香天府”，报告期内共开展各类特色阅读品牌活动 7,000 余场，全方位推进“全民阅读”，让更多人享受到阅读的乐趣。如“校园阅读活动”“我是朗读者”“文轩姐姐讲故事”“文轩周末读书会”等阅读活动。

同时，本公司通过送书到基层、组织文化活动到基层等活动，吸引基层群众积极参与，持续开展“书香天府农民读书月”“全民阅读进学校”“文化进部队·书香满军营”等“书香七进”活动，推动公共文化服务体系建设，落地培养读书风尚的目标。



图注：四川省 2017 年“书香天府·全民阅读”活动在德阳启动



图注：“读好看的书，做非凡的人”——著名作家走进学校

# 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告



图注：“书香浸润狱园 知识构筑新岸”——新华文轩“阅读未来 奔向新岸”大型读书活动推介会



图注：阅读成就精彩人生，报刊陪伴书香童年——2017 年四川省少儿报刊阅读季启动仪式暨文轩藏汉双语出版物捐赠活动

## 2. 公益慈善

本公司在国家大力发展教育、支持教育信息化战略的指引下，基于受众需求，开展一系列文化帮扶公益慈善活动。本公司自 2013 年持续开展“太阳星公益行动”乡村教育圆梦计划活动，报告期内举办了“最美乡村学校”“最美乡村教师”微视频大赛、名师送课进乡村、“优秀传统文化之旅”冬令营等援助活动，帮助山区文化发展，推广儿童阅读，普及科学知识。本公司坚持从自身文化产业特点出发，通过文化传播的方式，履行企业的社会责任，从而达到倡导全民阅读、服务教育事业的目的。报告期内，本公司策划的“美丽教育·情满四川——‘太阳星公益行动’村小圆梦活动”获得 2016-2017 年度出版传媒集团品牌传播金案金奖。报告期内，本公司为社区捐赠图书 7.5 万余册，公益支出人民币 1,225 万元。



图注：“太阳星公益行动”名师送课进乡村

## 3. 绿色发展

本公司属于低能耗、轻污染的以出版、发行为主的企业，除有小部分自有印刷业务外，不涉及规模生产流程，无对环境及天然资源有重大影响的业务。本公司严格遵守《环境保护法》、《清洁生产促进法》等法律、法规，坚持将绿色理念贯穿于始终，规范管理自身运营与办公环节对环境的影响，积极向员工及社会传播绿色文明理念，践行绿色运营。报告期内，本公司未发生任何影响环境及天然资源的重大事故以及环境方面的处罚及诉讼。

本公司在运营过程中所消耗的能源主要包括办公用电、公务车辆汽油、食堂及印刷使用的天然气，消耗资源为办公用水及物流包装材料，物流包装材料主要包括包装纸、打包带、快递信封袋等。报告期内本公司依托公司的 ESG 管理体系，搭建完成资源使用统计系统，通过对各项资源使用数据的掌握，进而提高公司层面的管理效率，并依据地方政府制定的资源使用计划，规划自身的资源使用管理。报告期内主要资源使用如下：

## 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

指标	单位	2017 年度
电力消耗量	万度	2,357.76
汽油的消耗量	万升	124.50
柴油的消耗量	万升	9.40
天然气的消耗量	万立方米	29.54
综合能源消耗总量	吨标准煤当量	4,746
人均综合能源消耗量	吨标准煤当量/人	0.62
用水总量	万吨	22.32
人均用水量	吨/人	29.08
包装材料使用量	吨	1,746

节约资源方面，公司全面采用信息化管理平台，减少打印，提倡无纸化办公；促进物流废包材循环使用，将废包材用于门店寄送返品时的包装；通过电子出版满足读者日益增长的文化诉求并减少对纸张的消耗；逐步将现有运营单位的照明设施替换为节能的 LED 灯；在运营、办公场所的卫生间、洗手间等处张贴“节约用水”宣传标识；开发并推广可完全降解、易于回收利用的“石头纸”做的笔记本；抢修老旧、破损的管线设施，减少资源的浪费。

本公司几乎不涉及危险废物，排放物主要来自物流和日常办公产生的包装废料、生活垃圾、生活污水，都交由市政处理。同时，本公司倡导资源的回收利用，通过纸张、包装材料的反复使用达到减排目的；除主营办公业务外，下属唯一生产单位四川新华印刷有限责任公司主要从事图书、期刊的印制生产，其在印刷生产过程中产生的挥发性气体含有非甲烷总烃。该公司已采取措施严格管理自身排放物，通过装备集气罩及除尘设施、使用低挥发性的油墨及热熔胶等措施，降低危险废物的产生及排放；同时严格按照国家环保相关制度规定的流程和渠道，实现废物回收再利用，并对废弃物进行统一安全处理。2018 年，该公司将进行 VOCs 挥发性有机物管道收集系统及处理设备改造，改造后相关废气排放将达到《四川省固定污染源大气挥发性有机物排放标准》DB51/2377/2017。报告期内，印刷厂产生的废印板 27.9 吨，废油墨桶 4.1 吨，其他危险废物 18.8 吨。

另外，本公司出版印刷板块严格要求和核查下游印刷企业及原辅料供应商绿色印刷的资质认证，一方面保障为广大消费者提供健康、安全的印刷产品，另一方面推动下游印刷业积极主动地向绿色运营方向发展。

报告期内本公司主要排放物及温室气体排放情况如下：

指标	单位	2017 年度
办公与生活垃圾产生总量 <sup>1</sup>	吨	533
生活污水排放总量 <sup>2</sup>	万吨	3.17
印刷厂废纸	吨	3,053
物流部门产生的废包装材料量	吨	60
温室气体直接排放总量	吨二氧化碳当量	3,625
温室气体间接排放量	吨二氧化碳当量	15,447

## 新华文轩出版传媒股份有限公司 2017 年度社会责任报告

温室气体总排放量	吨二氧化碳当量	19,073
人均温室气体排放量	吨二氧化碳当量/人	2.50

注：<sup>1</sup> 通过全国各地人均生活垃圾产生量进行估算

<sup>2</sup> 通过全国各地人均排污量进行估算