

山西人民出版社有限责任公司

重大信息公开

(2023 年度)

2024 年 6 月 15 日

山西人民出版社有限责任公司

2023 年度财务等重大信息公开

第一部分 2023 年年度报告

一、企业基本情况

企业名称：山西人民出版社有限责任公司 简称：人民社

英文名称：Shanxi People's Publishing House 简写：SPPH

法定代表人：姚军

注册地址：太原市建设南路 21 号

办公地址：太原市建设南路 21 号 邮政编码：030012

网址：<http://www.sxskcb.com/>

电子信箱：sxskcb@163.com

经营范围：我社为综合性出版社，出版图书涉及课本、文学、经济各领域，主要从事各类图书的出版，书画、图书销售。

简介：

山西人民出版社有限责任公司成立于 1951 年 11 月 5 日，是山西省成立最早和规模最大的综合性出版社。2006 年，山西出版集团正式揭牌，山西人民出版社有限责任公司成为集团的成员单位之一。七十多年来，山西人民出版社有限责任公司逐步形成了以历史、文化和美术类读物为主导的出版特色，为华夏文明的传播和承继做出了不懈的努力。经过一代又一代的培养和传承，山西人民出版社有限责任公司拥有了一批优秀的编辑，形成了老中青三代互帮互带的可喜局面。现有五个策划室、主题出版项目部、书海围棋工作室、美术出版项目部、现代教育分社、编辑中心和北京出版中心。

二、主要会计数据和财务指标

项目	累积完成（万元）	去年同期（万元）	变动比率
营业收入	8900.72	8625.11	3.20%
销售费用	505.34	466.2	8.40%
管理费用	2142.45	1780.38	20.34%
财务费用	-18.42	-24.46	-24.69%
利润总额	250.91	352.1	-28.74%

项目	年初余额（万元）	期末余额（万元）	变动比率
资产总额	24216.89	23092.99	-4.64%
应收账款	425.8	389.33	-8.57%
合同资产	569.53	892.68	56.74%
存货	7890.06	8084.1	2.46%
固定资产净值	1212.28	1086.99	-10.34%
负债总额	9610.95	8236.14	-14.30%
应付账款	2178.28	839.65	-61.45%
应交税金	223.79	324.48	44.99%
所有者权益	14605.94	23092.99	58.11%

三、股东出资情况

山西人民出版社有限责任公司注册资金 5000 万元，全部为国有法人资本，出资人为山西出版传媒集团。

四、控股股东及实际控制人变更情况

本年度控股股东及实际控制人无人员变更情况发生。

五、董事、高级管理人员年度薪酬情况和员工收入水平

（一）现任董事、高级管理人员年度薪酬情况

序号	姓名	性别	年龄	现任职务	任现职时间	应发薪酬	实发薪酬	税后薪酬
1	梁晋华	男	50	总编辑（主持工作）	2023.08	400682.36	359029.6	257414.17
2	贺权	男	52	副总编辑	2020.05	328202.36	286835.04	241765.76
3	李颖	女	50	副总编辑	2020.05	328562.36	287089.6	245380.31
4	武静	女	48	副总编辑	2020.05	327782.36	286362.24	242664.24
5	李晨	男	58	山西出版传媒集团一级巡察员	2021.03	375272.36	333679.6	270231.08
6	姚军	男	57	山西出版传媒集团一级巡察员	2023.08	431172.36	389519.6	309488.6

（二）员工收入水平（说明：包含员工应发工资平均数以及实发工资平均数，员工不含以上领导人员薪酬）

截止 2023 年底，人民社现有员工 107 人，人均应发工资数为 142309.31 元/人，人均实发工资数为 125118.01/人。

六、董事会报告摘要

（一）董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

1. 主营业务分析

2023 年我社共出版图书 937 种，同比增长 45%，其中新出图书 602 种，同比增长 47%，重印图书 335 种，同比增长 52%。实现销售收入 8900.72 万元，实现利润 250.91 万元，完成了集团下达的销售收入利润指标。

2. 资产负债状况分析

2023 年期末资产数为 23092.99 万元，比去年同期 24216.89 万元减少了 1123.9 万元。负债期末数为 8236.14 万元，比去年同期的 9610.95 万元，减少了

1374.81 万元。

（二）董事会关于公司未来发展的讨论与分析

1. 经营管理方面，守住底线，划清红线

1) 加强党的全面领导

一是加强理论学习。党支部、社委会严格按照集团要求，围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，通过党员大会、党小组会、党支部委员会等，组织党员学习二十大会议精神和《习近平谈治国理政》《习近平总书记“三篇光辉文献”》《习近平总书记视察山西重要讲话重要指示》等，要求全体党员学原文、读原著、悟原理，从中寻找发展思路，指导实际，不断提高做好党的宣传思想工作的能力水平。二是始终坚持以党的政治建设为统领，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，严格执行“第一议题”制度，健全完善工作机制，加强统筹指导和监督检查。

2) 推动专项整治工作

深入贯彻落实集团《深化“三不腐”一体推进、全面开展教辅类图书出版发行领域突出问题专项整治实施方案》《关于深化以案促改、以案促治、以案促教工作实施方案》，按照集团要求，全面终止教辅类图书宣传推广代理模式，从源头上彻底斩断利益输送链条；积极化解历史难题，全面规范准入机制和业务管理，制定完善制度，形成坚固的制度保障。

3) 强化出版质量管理

严把政治导向关和内容质量关，坚决不给错误思想和不良文化提供传播渠道，进一步完善出版质量保障体系，严格执行重大选题报备三审三校一读等制度流程，

加大抽查检查力度，坚决做到守土有责、守土负责、守土尽责。

2. 出版业务方面，激发活力，增强实力

2023年，我社出版图书937种，同比增长45%；其中新书602种，同比增长47%；重印书335种，同比增长52%。书号使用方面，2023年咱们共使用书号547个，其中目前已完成出版458个，成书率超过80%。

从结构上看，咱们主要从三个方面发力：一是坚守人民出版的阵地，突出主题出版；二是抓住晋版振兴政策机遇，推动品牌建设；三是融合内外资源优势，巩固优势板块。

在主题出版方面，我社《图说中国共产党山西历史100年(1921-2021)》获山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”特殊贡献奖，《“走读山西”系列丛书·何以直根》获山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”图书类优秀作品奖；另外，推出了《山西抗日根据地文化传播研究》《润物无声：信仰、文化与党的建设》《阳泉红色人物》《阳泉红色档案》《阳泉红色基因》《历史的过去与现在》等精品新书；省级重点选题《山西抗日根据地红色版画经典文献》也即将完成出版。

在晋版振兴方面，我社积极响应，切实将政策机遇转化为发展机遇，推动优秀产品和优秀团队的同步孵化，实现了短期有亮点、长期有潜力。一是巩固现有成果，充分发挥溯源和文博两个集团优秀团队的带动作用，在历史和文博两个领域发挥优势，推出《盛唐之子》《如朕亲临》《项羽》等精品图书；二是挖掘潜力，鼓励、支持“方圆”“名家历史”等新团队快速发展，推出《亭长小武》《情理法与中国人》等精品，带动法律等新产品线，推动本版上市书品种多元化，实现

“单点深耕”到“多点成线”的跳跃。

在优势板块方面，我社继续巩固社科、围棋、地方文化、文学等优势板块，一是维护历史、经济等传统优势板块，开拓法律等新兴板块，依托晋版振兴计划打造特色出版品牌，走高质量、可持续的品牌发展道路，推出了《定居地球》《第三牧场》《西方艺术三万年》《中国思想史》《中国学术通史》等一批学术价值高、社会影响力大的社科精品图书；二是继续发挥书海围棋品牌优势，不仅推出了《化繁为简学围棋》《棋魂妙局》等市场反响不错的图书，还抓住书海路鑫围棋队队员李赫亚运会夺金的契机，进一步扩大了品牌影响力；三是自觉承担起开发、传承、利用地方文化的重担，推出《走读山西系列丛书》《文心绘境：运城博物馆藏明清书画作品集》《盘之典：商周青铜盘艺术》《我为青山主：傅山专题展精品文物图录》《野风：太行山水墨画探索》《夏商踪迹》等，尤其是《走读山西系列丛书》借助山西文化热的浪潮，吸引了东方甄选、央视10套的关注，实现了出版精品向出版竞品的转化。四是以名家散文集、个人诗文集以及回忆录等为主，出版了《张晓风散文》《丰子恺散文》《梁衡散文》《情牵沃土》《赵树理纪念文集》《古谱今韵：王悠荻古琴记谱曲集》《八十忆双亲：师友杂忆》等文艺精品图书。

3. 发行营销方面，把握重点，做出亮点

2023年，从造货、发货、回款三个方面看，我社发行总体平稳、小幅增长，传统业务以及各大馆配会销售业务均保持稳定，自营电商稳步增长。

从数据上看，2023年发货码洋3744.67万元，同比微降0.19%（基本持平）；销售回款：1645.09万元，同比增长16.73%。

其中，发行营销部2023年发货码洋2113.49万元，同比小幅下降10.37%；销售回款895.61万元，同比增长8.75%；

电商物流部2023年发货码洋1630.79万元，同比增长24.92%；回款729.88

万元，同比增长 28.84%。

在营销方面，全社上下高度重视，积极探索，大胆创新，逐步告别了无计划营销、无目标营销的旧模式，实现营销路径常规化、营销资源集约化。一是加强自有营销力量，继续深挖自媒体资源，加强直播推广，提升直播带货效益，创设库房直播带货模式，将直播与社群营销相结合，日营业额最高破万元；二是整合已有营销资源，积极与央视、《中华读书报》等权威媒体合作，参加录制“年度好书大赏”节目，参评文景图书奖，提升我社影响力；三是建立新媒体营销网络，挖掘微博大V(粉丝 10 万以上)、微信公众号(阅读量 1000+)、新闻客户端(如澎湃私家历史、腾讯)、豆瓣读书、小红书推荐笔记、B 站的软推广、书评人等，与东方甄选、指定能成等新媒体合作，逐步建立起我社图书的市场营销网络。

2023 年，我们固本开新，双效兼收。这有赖于集团的坚强领导，也得益于全社职工的辛勤努力。

4. 2024 年，我社要坚持抓好业务，锚定高质量发展路径，统筹发展、安全和稳定，做好下面几项工作：

1) 突出主题出版，提升社会影响力

2024 年，在主题出版方面，我社将继续紧跟山西省委、省政府的指引，贯彻集团“主题出版引领工程”，强化责任意识、精品意识、市场意识，坚持时代性、地域性、人民性，精准定位，推陈出新。

一是围绕党和国家重大决策部署，做好爱国主义、集体主义、社会主义教育，党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，以及国防、廉政文化等相关选题策划，同时，承担好政策宣介任务，继续与省委宣传部、党史院、省社科院紧密合作，把好舆论阵地。

二是围绕本省本地区的发展构想，发挥区域文化资源优势，做出地域特色，既要“高大上”“立得住”，也要“接地气”“带露珠”，讲好山西故事，加紧完成《山西抗日根据地红色版画经典文献》《山西抗日根据地红色文化政策经典文献》等重点项目的出版工作，策划一批立足山西、面向全国的特色选题。

三是提升主题出版的市场化程度，创新推广模式，积极尝试多元融合手段，扩大主题出版物的线上传播渠道，借助自建客户端、微博、微信等新媒体渠道展开积极有效的传播活动，加快与新兴社交平台的合作运营，多层面、立体化推广红色主题出版物，扩展主题图书的读者群体。

2) 优化教育出版，守好经济基本盘

将教育出版清廉发展和高质量发展摆在更加突出位置，坚持价值导向和市场导向，深化涉教图书出版发行机制改革，显著提升供给能力和服务水平。一是提高产品质量，提升研发能力，策划推出真正符合树德育人、启智增慧要求的教材教辅精品图书，以优质产品和优质服务赢得市场，确保稳固市场份额和领先优势。二要加快创新教育出版新机制。以开展涉教图书推广发行乱象专项整治为契机，整合系统内外资源，合理规划布局，扩大公告教辅市场覆盖面，优化市场类教辅结构，扩大助考类教辅比例，推动市场类教辅进一步面向学生个体需求。三要延伸教育服务产业链。提升教育服务层级水平，加快构建教学用书服务、教育信息化服务、教装产品服务、教师培训服务和课后延时服务等为一体的大教育服务体系。

3) 着力打造原创精品，扎实推进晋版振兴

2024年，我社要以深入实施“晋版振兴”计划为抓手，进一步创新出版全流

程工作机制，深入推进优质作者队伍建设，加快培育领军型“名编”和优秀编辑团队，不断提高选题策划能力、优化图书产品结构，推出一批叫得响、传得开、留得住的晋版精品力作。

一是将进一步完善人员配置，保证编辑依托专业素养，发挥所长在优势领域深耕细作，开展出版实践。

二是进一步提升编辑素养，鼓励编辑参加各类学术论坛、学术会议，了解学术前沿动态，融入学术共同体，不闭门造车，不孤芳自赏，不故弄玄虚，不顾此失彼，在打造优秀出版物的同时也打造自身不断加强的业务素质。

三是将巩固历史、经济等传统优势板块，开拓法律、哲学等新兴板块，依托晋版振兴计划打造特色出版品牌，走高质量、可持续的品牌发展道路，实现产品组合、盈利模式的创新升级。

4)做好营销推广，拓展市场占有率

营销和发行是图书走向读者的重要环节，也是出版社赖以生存的重要版块。2024年，我社将在完善图书结构、提升出版质量的基础上，进一步探索营销路径、完善营销模式。

一是加强自有营销力量，整合已有营销资源，继续深挖自媒体资源，加强直播推广，提升直播带货效益；与央视、《中华读书报》等重磅媒体加强联系，提升我社社会影响力。

二是建立新媒体营销网络，进一步挖掘微博大V(粉丝10万以上)、微信公众号(阅读量1000+)、新闻客户端(如澎湃私家历史、腾讯)、豆瓣读书、小红书推荐笔记、B站的软推广、书评人等，逐步建立起我社图书的营销网络。

三是建立读者社群，在抖音粉丝团的基础上凝聚一定的读者群体，从而更加精准地定位用户、服务用户，集中优势资源，实现重点突破，取得产品领域内读者的深度认可，迅速扩大影响，取得竞争优势。

5) 多举措并举，实现版权走出去

2024年，我社在出版“走出去”方面，将着力做好以下几点。

一是聚焦内容“走上去”。抓牢主攻方向，围绕丝路书香和经典中国项目，立足中华优秀传统文化，特别是山西深厚的文化资源，实施特色化提质工程和本土化创优工程，从近三年新书中精选一批融通中外的精品力作，提高内容层次和质量，提升核心文化产品的国际竞争力。

二是聚焦平台“走出去”。依托 BIBF(北京国际图书博览会)平台，同合作密切的图书公司面对面交流，并直接与港台地区或海外出版社进行沟通，了解其业务流程和版权引进的需求，宣传我社图书，扩大业内交际网络，提升版权输出的质与量。

三是聚焦渠道“走进去”。进一步完善国际传播渠道布局，拓宽对外文化贸易渠道和载体，加强和版权代理公司以及国外出版社的合作，推进输出合同的签订，争取拓展新的输出渠道。

2024年，我社将在集团党委的领导下，在社党总支、董事会的努力下，牢记总书记嘱托，以忠诚捍卫“两个确立”，思想自觉做到“两个维护”，扛起使命任务，筑牢出版阵地，凝聚奋进力量，深化改革创新，解放思想、实事求是，真抓实干，全力推动高质量发展前进步伐，为书写山西发展新篇章做出新的更大的贡献！

七、年度内重大事件及其对企业的影响

（一）重大经营决策

2023年我社获集团优秀出版物奖励44.4万元；国家出版基金项目尾款7.1万元，新项目首拨款147万元；省级文化发展专项资金173万元；图书音像电子网络出版物重点选题扶持82万元。

（二）重要人事任免（董事、监事、高级管理人员）

本年度无重要人事任免。

（三）重大产权变动

本年度无重大产权变动。

（四）重大改制改组情况

本年度无重大改制改组情况发生。

（五）重大突发事件、热点事件

本年度无重大突发事件和热点事件发生。

（六）重大未决诉讼

本年度无重大未决诉讼。

（七）会计政策变更的说明

本年度无会计政策变更说明。

（八）利润分配

本年度末未分配利润为5747.47万元，较年初未分配利润5496.56万元，增加250.91万元，为本年经营利润增加所致。

（九）金融衍生业务等

本年度无金融衍生业务发生。

八、本年度财务预算主要指标

本年度主要的预算指标为：

营业收入：合格目标值 8300 万元，良好指标值 8800 万元，优秀目标值 9300 万元；我社本年完成 8900.72 万元，完成合格指标的 107%，良好指标的 101%，优秀目标的 89%。

利润总额：合格目标值 140 万元，良好指标值 190 万元，优秀目标值 240 万元；我社本年完成 250.91 万元，完成合格指标的 179%，良好指标的 132%，优秀目标的 104%。

净资产收利益率，考核指标值 2%；我社本年实现 1.7%，完成比率为 85%。

贷款回收率：基础目标值 90%；我社本年实现 100.56%，完成比率 112%。

国有资产保值增值率，目标指标值 103%；我社本年实现 102.41%，完成比率为 99.43%。

九、上一年度财务预算执行情况

上一年度预算完成营业收入 8500 万元，实际完成 8625.11 万元，增加了 125.11 万元，增长了 1.47%。利润上年度预算完成 300 万元，实际完成 352.1 万元，增加了 52.1 万元，增长了 17.37%。

十、审计报告摘要

2023 年审计报告对其他应收款——山西裕昌房地产开发公司挂账 18,581,802.50 元，为 2003 年购买职工住宅（裕丰家园）支付房款及配套费；其他应付款——阳光小区集资款挂账 11,150,843.99 元，为收到职工缴纳的住房集资款，二者差额为 7,430,958.51 元，出具了保留意见。除上述事项之外，我社财务报表在所有重大方面按照《企业会计准则》规定编制，反映人民社 2023 年 12 月 31 日的财务状况以及 2023 年度的经营成果和现金流量。

十一、企业履行社会责任情况

2023 年，企业已全面履行了自己的经济责任、安全责任、创新责任、环境责任、企业责任和廉政责任。

第二部分生产经营管理

一、经营目标完成情况

财务绩效考核目标完成情况

项目	考核目标	完成情况	变动比率
营业收入	8300	8900.72	7.24%
利润总额	140	250.91	79.22%
净资产收益率	2%	1.70%	-15.00%
货款回收率	90%	100.56%	11.73%
国有资产保值增值率	103%	102.41%	-0.57%

二、重点项目投资

本年度没有重点项目投资发生。

三、产品销售完成情况

本年度产品销售完成 8799.18 万元，实现集团下达的产品销售计划数。

四、环境保护情况

本年度我社对环境的保护是负责的、良好的。

第三部分大额度资金运作

一、大额度资金调动和使用情况

本年度没有大额度资金的调动和使用发生。

二、对外大额度捐赠、赞助

本年度没有对外大额度捐赠和赞助。

三、企业境外投资情况

本年度我社没有发生对境外投资的情况。

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

2023年我社在集体合同、工资专项集体合同、劳动合同的签订、履行等方面全是按法律办事，按法规办事，没有发生任何纠纷。

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

2023年本社引进人才和职工招聘共1人。在专业技术职称评定方面，共有7人取得了专业技术职称，其中取得中级职称6人，副高级职称1人。本年度专业技术人员均已参加了自己所属专业的职工继续教育培训，提高了职工专业技术水平。

三、职工劳动、安全、卫生保护情况

我社对职工的劳动、安全、卫生方面的保护是得体的，工作是到位的，是认真负责的。

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

我社2023年，企业领导人公务用车配备、使用、维修完全是按照集团的要求严格执行的，通讯和业务招待、差旅等费用完全按年度预算执行，没有超过年初的预算。2023年我社全员没有发放交通补贴，通讯费用实报实销按规定标准执

行。本年度没有领导出国考察事项发生。

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

2023年我社业务人员通讯费用按照社内年度预算和统一标准发放，差旅费和业务招待费根据实际业务需要在预算范围内报销，除此外，业务人员无车贴、国（境）外考察培训等费用发生。

山西人民出版社有限责任公司

2024年6月15日