

中国出版集团有限公司本级
2022 年部门决算

二〇二三年八月

中国出版集团有限公司本级 2022 年度部门决算目录

第一部分 中国出版集团有限公司概况

- 一、部门职责
- 二、机构设置

第二部分 中国出版集团有限公司本级 2022 年度部门决算表

- 一、收入支出决算总表
- 二、收入决算表
- 三、支出决算表
- 四、财政拨款收入支出决算总表
- 五、一般公共预算财政拨款支出决算表
- 六、一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表
- 七、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表
- 八、国有资本经营预算财政拨款支出决算表
- 九、财政拨款“三公”经费支出决算表

第三部分 中国出版集团有限公司本级 2022 年度部门决算情况 说明

- 一、收支总体情况说明
- 二、一般公共预算财政拨款支出情况说明
- 三、一般公共预算财政拨款基本支出情况说明
- 四、国有资本经营预算财政拨款支出情况说明
- 五、关于预算绩效情况的说明
- 六、其他重要事项情况说明

第四部分 名词解释

第五部分 附件

第一部分 中国出版集团有限公司概况

一、部门职责

中国出版集团是适应出版业改革发展的需要，经中共中央、国务院批准，于2002年4月9日成立的国家级出版机构。2004年3月25日，国务院授权成立中国出版集团公司，在国家相应计划中单列，对原中国出版集团所属成员单位行使出资人权利，承担国有资产保值增值责任。2011年，经上级批准，中国出版传媒股份有限公司挂牌成立，并于2017年8月21日在上交所上市。2018年，经财政部批复，改制为中国出版集团有限公司（以下简称集团公司）。

集团公司以出版物生产和销售为主业，是集纸质出版、数字出版、版权贸易、出版物进出口贸易、印刷复制、出版物流与发行、艺术品经营、翻译和大数据服务、信息服务、科技开发、金融投资于一体的，中国最具影响力的出版集团。集团公司连续十四年入选“全国文化企业30强”。

集团公司拥有各级子公司、控股公司等法人企业198家，拥有各级各类出版机构40家，每年出版图书和音像、电子、网络等出版物2万余种，出版期刊报纸58种，出版物在全国零售市场占有率为7%左右，持续位居全国第一；每年从事版权贸易2000多种，拥有中国最大的出版物进出口企业，每年进出口各类出版物20多万种，进口和出口分别占据全国市场份额的60%和30%左右。截至目前，集团公司资产总额260亿元左右，净资产160亿元左右，营业总收入130亿元左右，稳居“三个一百亿”集团行

列。

展望 2035 年，集团公司将努力建成世界一流出版企业。发展质量、综合实力、治理能力持续提升，文化引领力、品牌影响力显著增强。“十四五”时期的目标任务是增强发展动力、提升治理能力、扩大品牌影响、打造新型企业，进一步提高出版产品和服务供给质量，为建设社会主义文化强国作出更大贡献，为建成世界一流出版企业打下坚实基础。

二、机构设置

部门决算为集团公司本级决算。

第二部分 中国出版集团有限公司本级2022年度部门决算表

收入支出决算总表

公开 01 表

单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

收入			支出		
项 目	行次	决算数	项 目	行次	决算数
栏 次		1	栏 次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1	2,516.18	一、一般公共服务支出	12	
二、政府性基金预算财政拨款收入	2		二、文化旅游体育与传媒支出	13	2,516.18
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3	1,600.00	三、住房保障支出	14	
四、事业收入	4		四、国有资本经营预算支出	15	1,600.00
五、经营收入	5			16	
六、其他收入	6			17	
本年收入合计	7	4,116.18	本年支出合计	18	4,116.18
使用非财政拨款结余	8		结余分配	19	
年初结转和结余	9		年末结转和结余	20	
	10			21	
总计	11	4,116.18	总计	22	4,116.18

注：1. 本表反映部门本年度的总收支和年末结转结余情况。

2. 本套报表金额单位转换时可能存在尾数误差。

收入决算表

公开 02 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

项 目		本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
科目代码	科目名称							
栏次		1	2	3	4	5	6	7
合计		4,116.18	4,116.18					
207	文化旅游体育与传媒支出	2,516.18	7,228.52					
20701	文化和旅游	25.00	25.00					
2070111	文化创作与保护	25.00	25.00					
20706	新闻出版电影	114.00	882.54					
20799	其他文化体育与传媒支出	2,377.18	6,320.98					
2079902	宣传文化发展专项支出	2,348.18	2,348.18					
2079903	文化产业发展专项支出	29.00	29.00					
223	国有资本经营预算支出	1,600.00	1,600.00					
22302	国有企业资本金注入	1,600.00	1,600.00					
2230201	国有经济结构调整支出	1,600.00	1,600.00					

注：本表反映部门本年度取得的各项收入情况。

支出决算表

公开 03 表

单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

项 目		本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支出
科目代码	科目名称						
栏次		1	2	3	4	5	6
合计		4,116.18	14.00	4,102.18			
207	文化旅游体育与传媒支出	2,516.18		2,502.18			
20701	文化和旅游	25.00		25.00			
2070111	文化创作与保护	25.00		25.00			
20706	新闻出版电影	114.00	14.00	100.00			
20799	其他文化体育与传媒支出	2,377.18		2,377.18			
2079902	宣传文化发展专项支出	2,348.18		2,348.18			
2079903	文化产业发展专项支出	29.00		29.00			
223	国有资本经营预算支出	1,600.00		1,600.00			
22302	国有企业资本金注入	1,600.00		1,600.00			
2230201	国有经济结构调整支出	1,600.00		1,600.00			

注：本表反映部门本年度各项支出情况。

财政拨款收入支出决算总表

公开 04 表

单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

收入			支出					
项 目	行次	金 额	项 目	行次	合 计	一般公共 预算财政 拨款	政府性基 金预算财 政拨款	国有资本 经营预算 财政拨款
栏 次		1	栏 次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1	2,516.18	一、一般公共服务支出	12				
二、政府性基金预算财政拨款	2		二、文化旅游体育与传媒支出	13	2,516.18	2,516.18		
三、国有资本经营预算财政拨款	3	1,600.00	三、住房保障支出	14				
	4		四、国有资本经营预算支出	15	1,600.00			1,600.00
	5			16				
本年收入合计	6	4,116.18	本年支出合计	17	4,116.18	2,516.18		1,600.00
年初财政拨款结转和结余	7		年末财政拨款结转和结余	18				
一般公共预算财政拨款	8			19				
政府性基金预算财政拨款	9			20				
国有资本经营预算财政拨款	10			21				
总计	11	4,116.18	总计	22	4,116.18	2,516.18		1,600.00

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款和政府性基金预算财政拨款的总收支和年末结转结余情况。

一般公共预算财政拨款支出决算表

公开 05 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

项 目		本年支出		
科目代码	科目名称	小计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计		2,516.18	14.00	2,502.18
207	文化旅游体育与传媒支出	2,516.18	14.00	2,502.18
20701	文化和旅游	25.00		25.00
2070111	文化创作与保护	25.00		25.00
20706	新闻出版电影	114.00	14.00	100.00
20799	其他文化体育与传媒支出	2,377.18		2,377.18
2079902	宣传文化发展专项支出	2,348.18		2,348.18
2079903	文化产业发展专项支出	29.00		29.00

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表

公开 06 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数
301	工资福利支出	14.00	302	商品和服务支出		307	债务利息及费用支出	
30101	基本工资		30201	办公费		30701	国内债务付息	
30102	津贴补贴	14.00	30202	印刷费		30702	国外债务付息	
30103	奖金		30203	咨询费		310	资本性支出	
30106	伙食补助费		30204	手续费		31001	房屋建筑物购建	
30107	绩效工资		30205	水费		31002	办公设备购置	
30108	机关事业单位基本养老保险缴费		30206	电费		31003	专用设备购置	
30109	职业年金缴费		30207	邮电费		31005	基础设施建设	
30110	职工基本医疗保险缴费		30208	取暖费		31006	大型修缮	
30111	公务员医疗补助缴费		30209	物业管理费		31007	信息网络及软件购置更新	
30112	其他社会保障缴费		30211	差旅费		31008	物资储备	
30113	住房公积金		30212	因公出国（境）费用		31009	土地补偿	
30114	医疗费		30213	维修（护）费		31010	安置补助	
30199	其他工资福利支出		30214	租赁费		31011	地上附着物和青苗补偿	
303	对个人和家庭的补助		30215	会议费		31012	拆迁补偿	
30301	离休费		30216	培训费		31013	公务用车购置	
30302	退休费		30217	公务接待费		31019	其他交通工具购置	
30303	退职（役）费		30218	专用材料费		31021	文物和陈列品购置	
30304	抚恤金		30224	被装购置费		31022	无形资产购置	
30305	生活补助		30225	专用燃料费		31099	其他资本性支出	
30306	救济费		30226	劳务费		399	其他支出	
30307	医疗费补助		30227	委托业务费		39906	赠与	
30308	助学金		30228	工会经费		39907	国家赔偿费用支出	
30309	奖励金		30229	福利费		39908	对民间非营利组织和群众性自治组织补贴	
30310	个人农业生产补贴		30231	公务用车运行维护费		39999	其他支出	
30311	代缴社会保险费		30239	其他交通费用				
30399	其他对个人和家庭的补助		30240	税金及附加费用				
			30299	其他商品和服务支出				
人员经费合计		14.00	公用经费合计					

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款基本支出明细情况。

政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

公开 08 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

项 目		年初结转和结余	本年收入	本年支出			年末结转和结余
科目代码	科目名称			小计	基本支出	项目支出	
栏次		1	2	3	4	5	6
合计		-	-	-	-	-	-

注：1. 本表反映部门本年度政府性基金预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。
2. 集团公司无使用政府性基金预算拨款，故本表无数据。

国有资本经营预算财政拨款支出决算表

公开 09 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

项 目		本年支出		
科目代码	科目名称	合计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计		1,600.00		1,600.00
223	国有资本经营预算支出	1,600.00		1,600.00
22302	国有企业资本金注入	1,600.00		1,600.00
2230201	国有经济结构调整支出	1,600.00		1,600.00

注：本表反映部门本年度国有资本经营预算财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算表

公开 07 表
单位：万元

部门：中国出版集团有限公司本级

预算数						决算数					
合计	因公出国 (境) 费	公务用车购置及运行费			公务接 待费	合计	因公出国 (境) 费	公务用车购置及运行费			公务接 待费
		小计	公务用车 购置费	公务用车 运行费				小计	公务用车 购置费	公务用车 运行费	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注：1. 本表反映部门本年度“三公”经费支出预决算情况。其中，预算数为“三公”经费全年预算数，反映按规定程序调整后的预算数；决算数是包括当年一般公共预算财政拨款和以前年度结转资金安排的实际支出。

2. 集团公司无“三公”预算经费，故本表无数据。

第三部分 中国出版集团有限公司本级 2022年度部门决算情况说明

一、收支总体情况说明

(一) 收入

2022年预算收入4,116.18万元。其中，一般公共预算财政拨款收入2,516.18万元，国有资本经营预算财政拨款收入1,600万元。

(二) 支出

2022年预算支出4,116.18万元。其中，文化旅游体育与传媒支出2,516.18万元，国有资本经营预算支出1,600万元。

二、一般公共预算财政拨款支出情况说明

预算支出2,516.18万元。其中，文化旅游体育与传媒支出2,516.18万元。

1. 文化旅游体育与传媒支出(类)文化和旅游(款)文化创作与保护(项)支出25万元，主要用于荣宝斋木版水印技艺项目支出。决算数与预算数一致，比2021年度决算支出减少15万元，降幅37.50%，主要原因是2022年度获批的资金减少。

2. 文化旅游体育与传媒支出(类)新闻出版电影(款)支出114万元，主要用于离退休人员经费及集团公司相关业务支出。较2021年度决算支出减少463万元，降幅80.24%，主要原因是批复的相关业务支出减少。

3. 文化旅游体育与传媒支出(类)其他文化体育与传媒支出(款)宣传文化发展专项支出(项)支出2,348.18万元。决算数与预算数一致，与2021年度决算支出相比减少246.50

万元，降幅 9.50%，主要原因是 2022 年度获批的宣传文化发展专项资金减少。

4. 文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化体育与传媒支出（款）文化产业发展专项支出（项）支出 29 万元。决算数与预算数一致，较 2021 年度决算支出减少 5 万元，降幅 14.71%，主要原因是 2022 年度获批的文化产业发展专项资金减少。

三、一般公共预算财政拨款基本支出情况说明

集团公司 2022 年度财政拨款基本支出 14 万元，均为人员经费。根据《中共中央办公厅国务院办公厅关于深化中央各部门各单位出版社体制改革的意见》（中办发〔2009〕16 号）相关规定，集团公司转制前由中央财政安排的部分基本支出维持原预算渠道不变，为老干部津贴补贴。

四、国有资本经营预算财政拨款支出情况说明

集团公司 2022 年度国有资本经营预算支出 1,600 万元，用于国有经济结构调整支出。

五、关于预算绩效情况的说明

1. 绩效评价工作开展情况

根据预算绩效管理要求，集团公司对 2022 年度一般公共预算项目支出全面组织开展绩效自评。其中，一级项目 4 个，二级项目 14 个，共涉及资金 2,502.18 万元，占一般公共预算项目支出总额的 100%。所有项目支出均纳入绩效自评范围，绩效自评率 100%。对 2022 年度弘扬中华优秀传统文化、国家文化大数据体系建设 2 个国有资本经营预算项目组织开展了绩效自评，共涉及资金 1,600 万元，占国有资本经营预算项目支出总额的 100%。所有支出均纳入绩效自评范围，绩效自评率 100%。

对“中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目”、“文化服务出口奖励项目”等4个项目组织开展了部门评价，涉及一般公共预算支出493.24万元。从评价情况来看，基本完成绩效目标，社会效益显著。

2. 部门评价项目绩效评价结果

《中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目绩效评价报告》《文化产业发展专项资金项目文化服务出口奖励（中图公司）绩效评价报告》详见附件。

六、其他重要事项情况说明

无

第四部分 名词解释

一、一般公共预算财政拨款收入：指单位从中央财政部门取得的财政预算资金。

二、事业收入：指事业单位开展专业业务活动及辅助活动所取得的收入。集团公司转企改制后无该项收入。

三、经营收入：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入。集团公司转企改制后无该项收入。

四、年初结转和结余：指单位以前年度尚未完成、结转到本年仍按原规定用途继续使用的资金。

五、文化旅游体育与传媒支出（类）文化（款）文化创作与保护（项）：反映鼓励文学、艺术创作和民族民间传统文化保护方面的支出。如：荣宝斋木版水印技艺项目的支出。

六、文化旅游体育与传媒支出（类）新闻出版电影（款）：指用于文化出版类单位的支出。根据《中共中央办公厅国务院办公厅关于深化中央各部门各单位出版社体制改革的意见》（中办发〔2009〕16号）相关规定，集团公司转制前由中央财政安排的部分基本支出维持原预算渠道不变。

七、文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化体育与传媒支出（款）指用于改制文化单位文化产业发展的支出。具体为集团公司的重大图书出版和文化产业发展的专项项目支出。

其他文化体育与传媒支出（款）指用于改制文化单位文化产业发展的支出，包括宣传文化发展专项支出和文化产业发展专项支出。其中：

（一）宣传文化发展专项支出（项）：具体为集团公司的

重大图书出版等一般性项目支出。

（二）文化产业发展专项支出（项）：指中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室安排给改制文化单位用于文化产业发展的支出。具体为集团公司的文化产业发展的专项项目支出。

八、年末结转和结余：指单位以前年度预算安排、因客观条件发生变化无法按原计划实施，需延迟到以后年度按原规定用途继续使用的资金。

九、基本支出：指单位为保障其机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

十、项目支出：指单位在基本支出之外为完成特定行政任务或事业发展目标所发生的支出。

十一、经营支出：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动发生的支出。

附件：

中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目 绩效评价报告

为加强财政项目资金绩效管理，提高财政资金使用效率，根据《中华人民共和国预算法》《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》和《关于人大预算审查监督重点向支出预算和政策拓展的指导意见》等相关文件规定，中国出版集团有限公司（以下简称集团公司）成立绩效评价工作组，对“中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目”实施以来，特别是2022年的实施情况开展了绩效评价，现将有关情况报告如下。

一、基本情况

（一）项目概况

2022年全面学习贯彻落实党的二十大精神开局之年，做好主题出版工作意义重大。抓好主题出版是增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”的具体体现，是出版业立于新的时代、服务国家发展、引领社会风尚、宣扬核心价值、展示中国形象的文化使命，是集团履行出版“国家队”使命责任最重要的标志。

该二级项目归属一级项目为宣传文化发展专项资金项目，2022年获批财政资金172.24万元，实际支出172.24万元，财政资金执行率100%。

（二）项目绩效目标

围绕习近平中国特色社会主义思想出版传播，围绕党史学习教育和“四史”宣传教育，围绕迎接和宣传阐释党的二十大

精神，策划和推出一批唱响主旋律、传播正能量、提振精气神的精品主题出版物。坚持社会效益第一，社会效益与经济效益相统一。主题出版项目总体目标在保证导向不出问题，编校质量合格的基础上，实现双效益丰收。既要有社会影响力，也要让更多的读者阅读，成为常销精品。

2022 年度该项目设置 3 个绩效目标，具体情况如下：

1. 产出指标

数量指标（二级指标）下设出版物编校质量（三级指标）：指标设置值为：良好，2022 年实际抽检合格率为 100%，集团公司整体出版物编校质量良好，达成预期指标。

2. 效益指标

经济效益指标（二级指标）下设市场占有率（三级指标）：指标设置值为 $\geq 7\%$ ，2022 年集团实际图书零售码洋市场占有率达 7.18%，达成预期指标。

3. 满意度指标

服务对象满意度指标（二级指标）下设微信微博关注（三级指标）：指标设置值为 ≥ 10000 人，2022 年实现微信微博关注 13000 人，达成预期指标。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价的目的、对象和范围

本次绩效评价对象为“中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目”，从项目立项依据、目标、组织实施、预算需求、执行效果等方面入手，对项目的实施情况和实施效果进行全面的分析和评价，重点分析 2022 年项目的实施情况，项目金额 172.24 万元。通过对项目的绩效评价，检查项目执行、资金支

出、效益产出等情况，督促项目承担单位合理配置资源，优化支出结构，规范预算资金分配，提高财政资金的使用效益和效率，保障项目有序、保质、合规进行建设。对中央财政资金的执行情况和实施效果进行分析评价，总结经验及存在的问题，为中央财政资金的安排提供决策依据。

(二)绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

1、绩效评价原则

- (1)客观、科学、公正的原则；
- (2)综合绩效评价的原则；
- (3)定量分析与定性分析的原则；
- (4)统筹规划、稳步推进的原则；
- (5)财政支出绩效评价与财政支出管理相结合的原则；
- (6)财政支出绩效评价贯彻事前、事中、事后的原则。

2、评价指标体系

设定资金执行率、产出指标、效益指标和满意度指标 4 个一级指标,每个指标下设二级指标和三级指标,并设定每一个指标的评分标准,经项目承担单位自评打分,再由绩效评价小组进行内部考核评分,最后形成绩效考核结果。

3、评价方法:单位自评、部门评价。

4、评价标准: 所设定的各项指标完成情况达到年度指标值得该分值满分,未达到年度目标视具体情况扣分。

(三)绩效评价工作过程

2023 年 3 月,中国出版集团有限公司(以下简称集团公司)通知承担项目各单位开展 2022 年度项目支出绩效自评工作。中国出版传媒股份有限公司(以下简称股份公司)出版部

开展“中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目”绩效自我评价工作，并于3月提交自评报告及评分表。

2023年3月，集团公司相关部门组成绩效评价工作组，本着科学、规范、独立、客观、公正的原则，通过听取项目介绍、通过询问、财务检查、绩效资料审查等多种方式对项目做现场评审。经过综合分析，形成评价结论，撰写绩效评价报告。

三、综合评价情况及评价结论

通过股份公司自评及集团公司现场考核评价，我们认为：该项目建设整体符合立项要求，用户和自身运营队伍建设相对完善；财务核算规范，作为一个延续性项目，明确区分不同预算年度、财政与自筹资金，达到项目资金独立；符合《中国出版集团有限公司专项资金管理办法》的有关规定。该项目绩效评价得分100分（具体评价情况，详见附件）。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

该项目立项符合国家法律法规和相关政策、《规划大纲》和《总体规划》，立项程序规范。项目单位按照规定的预算申报程序提交了项目可行性报告、项目申报书、项目支出预算明细表和项目绩效目标申报表，各项申报条件符合项目申报条件要求。项目绩效目标明确，绩效指标较全面，项目规划总体较为合理。项目预算编制经过科学论证、有明确标准，资金量与工作任务相匹配，资金分配合理。

（二）项目过程情况

项目资金到位及时，预算资金按照计划执行，资金使用合规，执行率100%，支出符合财政规范及项目预算。项目实施依

据的相关管理制度健全，执行符合制度规定，项目过程管控较为严谨，项目合同书等资料齐全并及时归档。

（三）项目产出情况

今年以来，围绕接续做好庆祝建党百年和迎接党的二十大，提前布局、精心部署，发挥人文社科出版优势，在做强做亮做活集团特色主题出版上取得了新的成绩。各出版单位围绕习近平中国特色社会主义思想出版传播，围绕党史学习教育和“四史”宣传教育，围绕迎接和宣传阐释党的二十大精神，精心策划了 300 余种相关重点选题，夯实了集团年度主题出版重点选题库，策划和推出了一批唱响主旋律、传播正能量、提振精气神的精品主题出版物。多种出版物在相关重要奖项和书单中表现突出。

1. 人文社《靠山》、音乐社《好儿好女好家园》荣获第十六届“五个一工程”奖。

2. 在中宣部 2022 年主题出版重点出版物选题中，集团人文社《中国冬奥》、中华书局《从考古看中国》《中华人物故事汇》、百科社《新时代的中国》、美术社《不忘初心、牢记使命：中国共产党历史展览（1921-2021）》、三联书店《决胜：解放战争何以胜利》、中译社《中国经济新发展》、华文社《伟大的政治创造：中国新型政党制度》等 8 种出版物选题入选，在全国各出版集团中位居第一。

3. 在中宣部“奋进新征程 建功新时代好书荐读”（3 月—12 月）中，集团入选 8 种，分别为人文社《中国冬奥》、商务《红色气质》、三联书店《百年道路：〈生死关头〉二集》、研究社《一起上冰雪》、生活书店《小漫画 大时代》、中华书局《从

考古看中国》、三联书店《决胜》、生活书店《中国金银器》。

4. 在 2022 年“中国好书”月榜（1 月—12 月）中，包括人民文学出版社《乌江引》《中国冬奥》、商务印书馆《红色气质》、中华书局的《从考古看中国》，三联书店《南藩海昏侯》等主题出版图书在内的 20 种图书先后入选。

人民文学出版社《燕食记》，入选了“新时代文学攀登计划”首批书目，广东省作家协会“2021 年度重点作品创作扶持”项目。出版之后成绩颇丰，迅速登上当当、京东等各大网站的畅销榜单，不仅获得人民网、新华网等百余家主流媒体深度报道，在年底时更是荣获了“亚洲周刊年度十大好书”“南方周末十大好书”“花城文学榜十大好书”“《中国出版传媒商报》2022 年影响力图书”等 20 余种文学权威榜单，北京大学、北京师范大学、暨南大学等高校学子相继召开作品研讨会，各界专家发表深度文章热评此书。在社交平台上《燕食记》也成为大家热议的口碑好书，小红书等平台有上百篇图文推荐，多篇超万点赞推荐。在短短半年的时间内加印七次，销售超过了十万册，实现了社会效益和经济效益的双赢。

2022 年 9 月，中华书局出版的《复兴文库》（第一至三编）正式出版发行，习近平总书记为《文库》作题为《在复兴之路上坚定前行》的序言。图书出版后，引起社会各界高度关注和热议，新华社、《人民日报》、《光明日报》等媒体纷纷刊载文章，刊发总书记序言，并介绍《文库》相关情况。11 月 23 日，“《复兴文库》出版座谈会”在中国共产党历史展览馆举行，中央宣传部部长李书磊、副部长张建春及《文库》编委、相关学者二十余人参加会议，李书磊部长作重要讲话。11 月 25 日，

“《复兴文库》第一至三编首发仪式”在成都“天府书展”期间举办，中国出版集团、四川省委宣传部领导出席仪式并讲话。2023年1月20日，文化和旅游部办公厅印发《关于组织公共图书馆做好〈复兴文库〉馆藏和使用工作的通知》；2月7日，教育部办公厅印发《关于在高校深入学习贯彻习近平总书记为〈复兴文库〉所作〈序言〉重要精神的通知》。同时，中华书局也依托2023年北京图书订货会召开的契机，组织全国各主要图书发行单位召开“《复兴文库》发行专项工作会”。截止2023年3月，《复兴文库》（第一至三编）累计发货1942套，码洋4816.5万元。

三联书店出版的《百年道路：〈生死关头〉二集》是金冲及先生最新的一部书稿。本书自出版以来，广受业界以及读者的关注与喜爱，入选中宣部“奋进新征程 建功新时代”好书荐读活动四月书单，被评为2022年3月“中国好书”、2022年度优秀主题出版项目、2022“中版好书”年榜等。《中国文化之根：先秦七子对中国文化的奠基》是作者在复旦大学所开设的“先秦诸子”课程讲稿基础上整理而成。作者善于将古人哲思与当下具体事例结合，文字活泼，引人入胜，是一部学术性与普及性兼具的著作。本书自出版以来，广受业界以及读者的关注与喜爱，入选2022年第3期中版好书、2022年7月新华荐书第14期、2022年8月“中国好书”、2022年度优秀主题出版项目、2022“中版好书”年榜以及《中国新闻出版广电报》2022年度优秀畅销书排行榜·社科分榜（总40种）等。

（四）项目效益情况

把坚持社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统

一作为目标，始终以坚持正确导向为灵魂，以繁荣精品创作为中心，以坚守社会责任为己任，不断推出更多优秀作品，更好地发挥服务社会、推动发展的作用，社会公众对项目实施效果满意程度较高，实现可持续发展。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

1.主要经验及做法

集团公司作为出版“国家队”，始终高度重视重大出版项目和主题出版工作，从政治站位、顶层设计、体制机制等方面加强统筹协调、加大投入力度、加强品牌营销，取得了有力的突破和创新的业绩。以《习近平扶贫故事》《复兴文库》、百科三版等重大出版项目为代表，以入选中宣部《书映百年伟业》、“喜迎二十大”等主题出版重点出版物图书，以及“五个一工程”“茅盾文学奖”、中国好书等获奖图书为标志，集团在重大出版工程和主题出版上，稳居全国前列，积累了高端的作者资源、厚实的出版资源和优势的品牌资源，值得充分肯定。集团公司统筹指导，强化各出版单位提早谋划，“一把手”靠前指挥，集中骨干突出重点，把握上级部门政策导向和分析市场走向并重，进一步积累了主题出版工作经验：

一是导向引领。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，严格落实中宣部《关于做好2022年主题出版工作的通知》，通过序时召开主题出版工作推进会的形式，统一思想，提高站位，形成了主题出版工作上下一心、压茬推进的良好工作态势。

二是高度重视。集团党组总体部署、督导落实；集团编委会充分发挥职能优势和智库作用，通过编委会成员岗位和职责

分工，落实党组有关决策；各单位领导班子多次专题研究，确定主题出版规划、计划或工作安排，明确时间表、任务书。

三是分级管理。在夯实原有主题出版重点选题库的基础上，对主题出版选题实行分级管理，以项目制形式对集团重点选题进行专项督办，压实出版单位责任主体地位。各单位也明确相应责任部门、责任团队、责任人，一抓到底。

四是合力落实。通过编辑委员会工作会、总编辑例会、重点项目专题推进会等多种工作机制，畅通流程，协调推进。各单位也统筹编印发各环节，内容、设计、报审、印制、营销等环环相扣，出版质量与时间节点密切衔接，做到一体推进，及时推出重点图书。这些经验和做法，要很好地总结、坚持和不断完善。

2. 发现的主要问题

部分项目指标，设立初期未量化描述。执行过程中已发现此问题，项目实施单位在执行过程中已实现量化执行，并在效益情况中予以文字说明。

六、相关建议

建议能够加强对项目指标体系的解释说明。近年来财政部加大了绩效目标的细化管理，希望能够对绩效目标的设定原则、设定方法、评价方法等进行详细说明，并且留出充足的时间保证中央企业完成绩效评价工作。以免在项目绩效评价过程中，发生理解上存在偏差导致指标值设置存在问题的情况。

“中国出版传媒股份有限公司主题出版类项目”

财政支出绩效评价指标评分表

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	得分	指标解释	评价说明
决策	20	项目立项	5	立项依据充分性	3	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况	评价要点： 1. 项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策； 2. 项目立项是否符合行业发展规划和政策要求； 3. 项目立项是否与部门职责范围相符。属于部门履职所需； 4. 项目是否属于公共财政支持范围。是否符合中央、地方事权支出责任划分原则； 5. 项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。
				立项程序规范性	2	项目申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	评价要点： 1. 项目是否按照规定的程序申请设立； 2. 审批文件、材料是否符合相关要求； 3. 事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。
		绩效目标	10	绩效目标合理性	5	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	评价要点： 1. 项目是否有绩效目标； 2. 项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性； 3. 项目预期产出绩效和效果是否符合正常的业绩水平； 4. 是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。
				绩效目标明确性	5	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩	评价要点： 1. 是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； 2. 是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现； 3. 是否与项目目标任务数或计划数相对应。

						效目标的明细化情况。	
		资金投入	5	预算编制科学性	3	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	评价要点： 1. 预算编制是否经过科学论证； 2. 预算内容与项目内容是否匹配； 3. 预算额度测算依据是否充分。是否按照标准编制； 4. 预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。
				资金分配合理性	2	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	评价要点： 1. 预算资金分配依据是否充分； 2. 资金分配额度是否合理。与项目单位或地方实际是否相适应。
过程		资金管理	15	资金到位率	5	实际到位资金与预算资金的比率，用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	资金到位率=（实际到位资金/预算资金）*100%。 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内落实到具体项目的资金。 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。
				预算执行率	5	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映或考核项目预算执行情况。	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）*100%。 实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。
过程	25	资金管理		资金使用合规性	5	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核项	评价要点： 1. 是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定。 2. 资金的拨付是否有完整的审批程序和手续。

						目资金的规范运行情况。	3. 是否符合项目预算批复或合同规定的用途。 4. 是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。
		组织实施	10	管理制度健全性	5	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	评价要点： 1. 是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度； 2. 财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。
				制度执行有效性	5	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	评价要点： 1. 是否遵守相关法律法规和相关管理规定； 2. 项目调整及支出调整手续是否完备； 3. 项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档； 4. 项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。
产出	40	产出数量	10	实际完成率	10	项目实施的实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。	实际完成率=（实际产出数/计划产出数）*100%； 实际产出数：一定时期（本年度或项目期）内项目实际产出的产品或提供的服务数量。 计划产出数：项目绩效目标确定的在一定时期（本年度或项目期）内计划产出的产品或提供的服务数量。
		产出质量	10	质量达标率	10	项目完成的质量达标产出数与实际产出数的比率，用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。	质量达标率=（质量达标产出数/实际产出数*100% 质量达标产出数：一定时期（本年度或项目期）内实际达到既定质量标准的产品或服务数量。既定质量标准是指项目实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。
		产出时效	10	完成及时性	10	项目实际完成时间与计划完成时间的比较，用以反映	实际完成时间：项目实施单位完成该项目实际所耗用的时间。 计划完成时间：按照项目实施计划或相关规定完成该项目所需的时间。

						和考核项目产出时效目标的实现程度。	
		产出成本	10	成本节约率	10	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核项目的成本节约程度。	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]*100%。 实际成本：项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。 计划成本：项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出。一般以项目预算为参考。
效益	15	项目效益	15	实际效益	10	项目实施所产生的效益。	项目实施所产生的社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等。可根据项目实际情况有选择地设置和细化。
				满意度	5	社会公众或服务对象对项目实施效果的满意程度。	社会公众或服务对象是指因该项目实施而受到影响的部门（单位）、群体或个人。一般采用社会调查的方式。
总分	100		100		100		

文化服务出口奖励 绩效评价报告

一、基本情况

（一）项目概况

该项目承担单位为中国图书进出口（集团）有限公司（以下简称中图公司），项目名称“文化服务出口奖励”，归属一级项目为文化产业发展专项资金项目。以增强中华文明传播力和影响力为己任，以加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能为目标，踔厉奋发，着力推动国际业务高质量发展。

通过向海外大量出口和发行优秀中国图书，全面展示当代中国的发展成就，展现可信、可爱、可敬的中国形象。通过积极拓展国际主流渠道，高效执行重点外宣项目精准落地，稳固强化版权输出、国际出版行业领先优势。同时继续坚持拓边界，寻求跨界增值。

2022年12月，收到“文化服务出口奖励项目”奖励资金21万元人民币，资金全部到位并且执行完毕，执行率100%。

（二）项目绩效目标

1. 加强顶层设计和研究布局，整合海外业务资源和渠道，巩固核心馆配市场，积极开拓海外主流渠道，推动更多中国内容走向世界。

2. 结合后疫情时代新需求，借助数字化实现国际化，以数据驱动和技术赋能创新服务模式，全面升级与亚马逊、苹果、谷歌、Kobo 等海外主流电商平台的贸易合作，通过整合中图按需印刷等新技术方式提供纸电同步的海外图书销售解决方案。

3. 高质量完成重大外宣项目，推动项目带动式发展，坚持项目创新发展路径，打造更多“走出去”品牌，做好习近平系列著作为代表的主题图书多语种翻译出版和海外推介。

4. 抓住海外阵地建设机遇，提升业务“本土化”能力，发挥海外分支机构“桥头堡”作用。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价的目的、对象和范围

1. 目的：通过绩效评价，检查项目执行、资金支出、效益产出等情况，督促项目承担单位合理配置资源，优化支出结构，规范预算资金分配，提高财政资金的使用效益和效率，保障项目有序、保质、合规进行建设。

2. 对象：“文化服务出口奖励”项目

3. 范围：

项目内容包含文化出口和国际出版两大板块。文化出口板块评价开拓欧美主流国家和“一带一路”沿线国家的主流书店、图书馆机构、中文学校等文化服务出口目的国（地区）数量。国际出版板块，评价完成签署版权输出合同的数量，完成策划出版中国主题内容图书的数量。

项目效益包含经济效益和社会效益。经济效益方面，持续增

加文化服务出口额，同时增加利润额和利润率。社会效益方面，企业把握政治导向和文化方向情况良好，项目推动中华文化“走出去”作用发挥显著，提升了文化服务出口对象的满意度。

（二）评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1、绩效评价原则

- (1)客观、科学、公正的原则；
- (2)综合绩效评价的原则；
- (3)定量分析与定性分析的原则；
- (4)统筹规划、稳步推进的原则；
- (5)财政支出绩效评价与财政支出管理相结合的原则；
- (6)财政支出绩效评价贯彻事前、事中、事后的原则。

2、评价指标体系

设定资金执行率、产出指标、效益指标和满意度指标 4 个一级指标,每个指标下设二级指标和三级指标,并设定每一个指标的评分标准,经项目承担单位自评打分,再由绩效评价小组进行内部考核评分,最后形成绩效考核结果。

3、评价方法:单位自评、部门评价。

4、评价标准:所设定的各项指标完成情况达到年度指标值得该分值满分,未达到年度目标视具体情况扣分。

（三）绩效评价工作过程

前期，提交有关材料对项目 and 资金执行进行说明。2023 年 2 月底，中图公司项目申报小组根据集团公司要求，制订评价方案，对项目进行绩效评价。2023 年 3 月，由集团公司相关部门组成绩

效评价工作组，本着科学、规范、独立、客观、公正的原则，通过听取项目介绍、通过询问、财务检查、绩效资料审查等多种方式对项目做现场评审。经过综合分析，形成评价结论，撰写绩效评价报告。

三、综合评价情况及评价结论

项目实施期间，中图公司一直秉持社会效益是公司生命线的经营宗旨，认真贯彻全国宣传思想工作暨全国外宣工作推进会精神，致力于弘扬社会主义核心价值观，努力传播当代中国价值观念，力求讲好中国故事，传播好中国声音，围绕集团建设国际传播型集团的战略要求，强化“国家队”的使命担当，增强“四个意识”，坚定“四个自信”。凝聚海内外“中国力量”，紧紧围绕“创新驱动、科技赋能、数据引领”年度工作主题，紧紧抓住“走出去”发展的重要战略机遇期，全力推动中图海外业务高质量发展，全面开拓国际主流渠道、主流市场，显著提升了“走出去”成效。

文化产业发展专项资金支持是对 2022 年中图公司文化服务“走出去”工作的肯定。借助该资金，中图结合自身资源和平台优势，大力开拓海外市场，努力提升中华文化国际传播力，有效推动中国内容走出去、并走进海外主流渠道，实现全球目标国家和读者的全覆盖，圆满达成目标，取得了较好的效果和社会效益，为更好服务国家及行业“走出去”贡献了自身力量。项目执行中，财政资金使用合理、资金执行率 100%，切实降低了企业运营成本，合理地发挥了资金效果，自评 98 分。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

该项目立项符合国家法律法规和相关政策，符合行业发展规划和政策要求，立项程序规范。项目单位按照规定的预算申报程序提交了项目可行性报告、项目申报书、项目支出预算明细表和项目绩效目标申报表，各项申报条件符合项目申报条件要求。项目绩效目标明确，绩效指标较全面，项目规划总体较为合理。项目预算编制经过科学论证、有明确标准，资金量与工作任务相匹配，资金分配合理。

（二）项目过程情况

项目资金到位及时，预算资金按照计划执行，资金使用合规，执行率 100%，支出符合财政规范及项目预算。项目实施依据的相关管理制度健全，执行符合制度规定，项目过程管控较为严谨，项目合同书等资料齐全并及时归档。

（三）项目产出情况

深耕海外主流渠道，累计实现文化服务出口 40 个国家；“纸电”产品同步出口海外，电子书和数据库产品服务出口效益显著；国际出版业务持续向市场增效益，成效突出；重点项目“《习近平谈治国理政》第四卷海外发行”社会效益显著；云端线上办展创新文化服务出口形式，全年策划线上线下同步举办超 50 场重要的国际交流活动。项目的所有产出服务于文化出口，增强了中国文化走出去的实力。

1. 继续拓展国际主流渠道，稳固基本盘

在疫情复杂多变的背景下，中图公司注重内外协调、精准发力、纸电融合，以新技术、新理念、新方法为出口业务提质增效，通过高质量提供书刊目录、高水平数据服务、提高订到率、多频次与海外客户线上沟通、高效率融通发行等，维系老客户（10+）、开拓新客户，确保了美国国会图书馆、德国国立图书馆等海外重点馆配客户销售稳中有增，开创了速卖通、SHOPIFY 线上书店 CHINA BOOKS 联动引流批发营销新局面，实现了现代大众渠道销售再激活。

其中特别值得提的是，图书馆大客户销售占比稳定，大套书销售依旧是重点，数据库销售取得新突破，自有的中国电子书库和大套书目次库销售利润高达 60% 以上。此外，亚马逊、谷歌、苹果、KOBO 等海外主流电商渠道市场销售增长 32%。

2. 高效执行重点外宣项目，精准落地

面向 180 多个国家和地区，持续高质量执行中宣部外宣出版物管理和采购服务项目、中国书架央企项目、中国之窗、百家联展、大陆文学名家名作系列短视频传播入岛计划等近 10 个外宣项目，攻坚克难，累计服务海内外机构 800 余家，并通过不断挖潜，提高项目市场转化率。

其中，积极发挥中宣部外宣出版物管理和采购服务作用，主动扩大征订，想办法提升项目利润率；央企中国书架市场转化率成效显著，收入从 116 万增至 425 万元；挖掘使馆资源，成功接收我驻乌兹别斯坦、阿塞拜疆、英国等 3 家使馆进行相关图书采购，销售收入达 34 万元。

3. 稳固强化版权输出、国际出版行业领先优势

在疫情背景下攻坚克难，多向拓展，先后获得丝路书香、中国当代作品翻译、“外写中”等各类项目资助 49 项；《平语近人——习近平总书记用典》《习近平扶贫故事》《习近平讲党史故事》等主题图书成功输出多个语种，市场版权营收稳增；继续承接中国作协、北京市文联、教育部中外语言交流合作中心等市场性项目。

向市场增效益一直是国际出版努力的方向，2022 年中图公司自主出版图书电子版和纸质版分别上线跨境电商、英国亚马逊、外宣销售等渠道产生实际销售，销售金额超 11.6 万元，收入出版版权税约 12.8 万元；市场化合作收入出版服务费约 27 万元，市场化翻译费收入 161.1 万元。

4. 强作为开新局，聚焦港澳台市场

发力国内国外业务双循环，国内 To B、To C 实现双向拓展，一方面聚焦国内一流高校和省级公共图书馆大码洋图书馆配市场，另一方面增强国内馆配和电商服务能力，不断培育新的业务增长点。

同步拓展港澳台纸电图书市场，香港大学、香港理工大学等业务稳定增长，台湾中研院近代史研究所郭廷以图书馆和澳门大学的业务持续维护；并再次中标香港标，三年标的 640 万港币。

5. 继续坚持拓边界，寻求跨界增值。

通过科技赋能业务，维护好数字平台和创新工作方式；主动融入国家外宣工作大局，不断打造和丰富“走出去”营销矩阵，

扩大自有 Facebook、YouTube、Twitter、TikTok 账号品牌国际影响力，不断提升海外业务国际传播的内驱力、竞争力、创新力、影响力，实现“新技能”提升、“新项目”集结、“新渠道”拓展、“朋友圈”扩容、“创新潮”涌动。

（四）项目效益情况

中图公司执行董事在 2022 年度工作会议上提出：高水平推动中华文化“走出去”，高质量提升国际传播力；公司主要领导在“中图公司十四五规划落地系列业务专题会”上强调：“走出去”业务要融入新发展格局，畅通国内大循环，构建多元合作格局，全面提升国际竞争力。

2022 年在纷繁复杂的局势中度过。在极具考验的这一年，中图公司海外业务中心在各级领导带领下，主动融入国家外宣工作大局，按照每月“工作清单”计划，强化统筹、强化创新、强化融合，全体统一思想、凝心聚力、主动作为，以高度的责任心和强烈的事业心，不断推动海外业务做优做好、做大做强，实现实物出口、数字出口、项目运营、版权输出、国际出版、国际宣推六大板块全面提升、亮点突出，实现了一系列突破和成果，圆满完成项目绩效目标，实现社会效益与经济效益双效合一。

1. 社会效益

项目推动中国文化“走出去”的作用发挥显著。全员以增强中华文明传播力和影响力为己任，以加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能为目标，踔厉奋发，着力推动国际业

务高质量发展。通过向海外大量出口和发行优秀中国图书，全面展示当代中国的发展成就，展现可信、可爱、可敬的中国形象。

主动融入外宣工作大局，认真学习二十大精神和集团、公司的工作部署，紧跟“十四五”发展规划“全面提升国际化发展竞争力”重要内容要求，研判形势、把握趋势、创新发力，在“四个坚持、四个方向”上下功夫，不断凝聚海内外“中国力量”，创新统筹推动出版业“走出去”，赓续推动海外业务再发展再上新台阶，践行公司“促进中外文化交流的桥梁”这一战略定位，为建设国际一流文化进出口企业而努力奋斗。

2. 经济效益

2022年是极其不平凡的一年。受疫情持续影响，国内外经济发展环境更趋严峻：国内疫情持续多点散发给国际活动的组织带来了阻力；而国际冲突造成的连带效应在下半年开始显现，能源紧张造成国际纸价飞涨、运输成本不断突破历史上限，部分跨国付款艰难，加之海外对华舆论持续走低，日常工作中沟通难度加大，业务周期变长。

中图公司危中寻机、难中求进，在集团和公司各级领导的正确领导下，坚持党建引领，紧密围绕公司“强主业、精管理、谋创新、促转型”年度工作主题，以公司“十四五”发展规划提出的“全面提升国际化发展竞争力”为宗旨，以“赓续奋斗、创新发展、减费降本、提质增效”为工作原则，持续深耕海外渠道、资源和人脉，取得实质性进展。整体回款率超过95%，并按时完成重点工作项目。

全年版权输出 175 种，覆盖 38 个国家和地区，其中主题图书占比 76%。市场版权营收稳增，其中网文《小蘑菇》韩文版预付款及代理费收入 22000 美金，再创单品种版税新高。特别值得一提的是：《游侠小木刻：桃花源迷踪》泰文版出版后销售超 300 册。

速卖通 CHINA BOOKS 线上书店全年共计销售近 120 单，销售额历史性突破 20 万元大关，订单涉及美国、日本、法国、英国、瑞士、瑞典等 34 个国家和地区。除销售数据外，运营数据也表现亮眼，根据网站数据，China Books 网店能力得分 74.91 分，高于平均 69.35 分的平均水平；网店规模成长得分更是 99.99 分，远高于行业平均的 65.66 分；商品能力得分也高于优秀分数 73.91 分，得到 75.80 分，同时取得 5 天上网率达 100%、72 小时与 48 小时上网率达 90%、好评率 100% 的成绩。

积极发挥中宣部外宣出版物管理和采购服务作用，主动扩大征订，想办法提升项目利润率；央企中国书架市场转化率成效显著，持续挖掘使馆资源，成功接收我驻乌兹别克斯坦、阿塞拜疆、英国等 3 家使馆进行相关图书采购，销售收入达 34 万元。

采购发行抓管理降成本。采购部门配合营销部门提供采购和编目等服务，实现年累计节约成本近 120 万元；打造样本室即时供货，采到率提升至 95% 以上；维护管理中国大套书目次库、中国出版物采选平台，配合新搭建报刊系统；减员降本，高效融通发行，扛住各种防疫困难，高效、高质完成发行工作，灵活统筹调度到岗人员，保证发行业务正常开展，年完成出口约 150 万册/份，其中外宣品出口 80 万册；国新办重点出版物专用库房管理图

书近 317 万册，年吞吐量 137.91 万册。

五、主要经验及做法、发现的主要问题

（一）主要经验及做法

在集团和公司整体发展战略的正确指引下，中图公司实现了海外业务的高质量发展：海外业务基本盘稳中有升，核心竞争力持续增强；国际朋友圈持续扩大，行业影响力不断提升；出口业务和国际出版业务不断延伸势力范围，创收能力和实力均得到显著提升，实现了销售收入和利润双超、社会效益和经济效益双丰。具体内容如下：

1. 继续坚持高站位，维持高标准

围绕政府与市场两个领域做研究，打破思维定势，不断提升出口业务效能，积极构建图书馆、报刊、批发、现代大众、数字资源、跨境电商六大出口业务板块新发展格局，稳固强化政府外宣项目、版权输出、国际出版行业领先优势，夯实海外业务高质量发展，稳固基本盘。积极参与外宣出版物管理与采购新三年投标，执行好中国之窗、央企中国书架等外宣项目，发力历代绘画大系重点产品海外推广、深耕中版云展销、阳光阅读计划品牌项目。

2. 继续坚持勤钻研，谋求新发展

发力国内国外业务双循环，推进国内外 ToB、ToC 实现双向拓展，需求营收新突破。重点开拓与国际主流发行商合作，着力推进“国际发行商”建设，积极拓展海外图书馆、批发、线上线下各渠道；布局运营好 CHINA BOOKS 跨境电商渠道；继续做好香港

标等中标项目；

中心在大套书领域的深耕细作，有助于打通大套书国内外供货与服务能力，为我们争取更多优惠折扣、提高利润率。还跨部门与图书音像营销中心、数字发展中心、数字营销中心等合作联合中标，纸电优势叠加，共同开拓国内国际市场。

（二）存在的问题和原因分析

项目实施过程中，较好完成了各项绩效目标。但存在收益率较低的问题。在国际贸易市场动荡加剧，全球经济增长环境乏力、贸易摩擦常态化等因素主导贸易环境基本面不利的情况下，全力适应数字时代国际化工作的主流趋势，项目主要面临以下困难：

1. 新的一年，国际形势复杂多变、政府财政经费不确定性、数字化冲击、行业竞争加剧等多重挑战依旧带来很多内外部不确定因素：国际货运方式速度持续放缓、海运周期增加且承运商纷纷采取限制发货方式、限重等措施应对货量激增、物流人员短缺的现状；

2. 贸易摩擦常态化，中美贸易关系仍未回暖，对美出口货物仍面临不定期被严查和征收关税的窘境，中澳关系跌至冰点，澳洲客户订单量持续走低；

3. 内容资源作为中国电子书库的根本，受新书市场规模限制，新书上线比例不断下降，新书市场后劲不足，对未来数字产品销售将会带来一定影响；

4. 政府项目受政策导向影响大，不稳定性因素强，再加上项目经费不断压缩、资助项目结项周期长等，获取政府更多经费支

持的难度持续增加；

5. 外宣项目面临要解决的历史遗留问题较多，项目利润低，项目工作体量大，部门在实际工作中也遇到诸多问题亟待解决。

六、有关建议

2022年以来，海外业务中心仍然面对国际环境复杂、国际贸易形势严峻、汇率变动不断等外部不利因素，国家财政经费收紧、政府资助进一步减少、行业竞争加剧等国内现状，后疫情时代不确定的国际环境对文化服务出口造成了极大影响。

从海外业务市场角度看，机遇与挑战并存，世界百年未有之大变局与新冠疫情还将影响持续，变化与不确定性依然根本性存在。外宣项目面临着部分海外图书馆客户沟通不顺畅，受疫情影响运费高昂、政府项目经费缩减等实际困难；中文新书上线比例不断下降；海外实体书店在疫情期间订单量急速下滑等。这些因素，对2022年文化服务出口造成很大损失，“走出去”增收和盈利难。建议加大业务推进，提升规模。

**文化服务出口奖励
财政支出绩效评价指标评分表**

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	得分	指标解释	评价说明
决策	20	项目立项	5	立项依据充分性	2	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况	评价要点： 1. 项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策； 2. 项目立项是否符合行业发展规划和政策要求； 3. 项目立项是否与部门职责范围相符。属于部门履职所需； 4. 项目是否属于公共财政支持范围。是否符合中央、地方事权支出责任划分原则； 5. 项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。
				立项程序规范性	3	项目申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	评价要点： 1. 项目是否按照规定的程序申请设立； 2. 审批文件、材料是否符合相关要求； 3. 事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。
		绩效目标	10	绩效目标合理性	5	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	评价要点： 1. 项目是否有绩效目标； 2. 项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性； 3. 项目预期产出绩效和效果是否符合正常的业绩水平； 4. 是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。
				绩效目标明确性	5	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩	评价要点： 1. 是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； 2. 是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现；

						效目标的明细化情况。	3. 是否与项目目标任务数或计划数相对应。
		资金投入	5	预算编制科学性	2	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	评价要点： 1. 预算编制是否经过科学论证； 2. 预算内容与项目内容是否匹配； 3. 预算额度测算依据是否充分。是否按照标准编制； 4. 预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。
				资金分配合理性	3	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	评价要点： 1. 预算资金分配依据是否充分； 2. 资金分配额度是否合理。与项目单位或地方实际是否相适应。
过程		资金管理	15	资金到位率	5	实际到位资金与预算资金的比率，用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	资金到位率=（实际到位资金/预算资金）*100%。 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内落实到具体项目的资金。 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。
				预算执行率	5	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映或考核项目预算执行情况。	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）*100%。 实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。
过程	25	资金管理		资金使用合规性	5	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	评价要点： 1. 是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定。 2. 资金的拨付是否有完整的审批程序和手续。 3. 是否符合项目预算批复或

						合同规定的用途。 4. 是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。
		组织实施	10	管理制度健全性	5	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。 评价要点： 1. 是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度； 2. 财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。
				制度执行有效性	5	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。 评价要点： 1. 是否遵守相关法律法规和相关管理规定； 2. 项目调整及支出调整手续是否完备； 3. 项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档； 4. 项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。
产出	40	产出数量	10	实际完成率	9	项目实施的 实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。 实际完成率=（实际产出数/计划产出数）*100%； 实际产出数：一定时期（本年度或项目期）内项目实际产出的产品或服务数量。 计划产出数：项目绩效目标确定的在一定时期（本年度或项目期）内计划产出的产品或服务数量。
		产出质量	10	质量达标率	10	项目完成的 质量达标产出数与实际产出数的比率，用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。 质量达标率=（质量达标产出数/实际产出数*100% 质量达标产出数：一定时期（本年度或项目期）内实际达到既定质量标准的产品或服务数量。既定质量标准是指项目实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标

						准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。
		产出时效	10	完成及时性	10	项目实际完成时间与计划完成时间的比较,用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。 实际完成时间:项目实施单位完成该项目实际所耗用的时间。 计划完成时间:按照项目实施计划或相关规定完成该项目所需的时间。
		产出成本	10	成本节约率	10	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率,用以反映和考核项目的成本节约程度。 成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]*100%。 实际成本:项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。 计划成本:项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出。一般以项目预算为参考。
效益	15	项目效益	15	实际效益	7	项目实施所产生的社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等。可根据项目实际情况有选择地设置和细化。
				满意度	7	社会公众或服务对象对项目实施效果的满意程度。 社会公众或服务对象是指因该项目实施而受到影响的部门(单位)、群体或个人。一般采用社会调查的方式。
总分	100		100		98	