



## 集团产经

### 时代出版狠抓质量管理收成效

■商报讯 记者近日获悉,时代出版传媒公司荣膺 2010 年度安徽省质量奖,林清发总编辑荣获 2010 年度质量管理先进个人称号,成为继 ISO9001 质量管理体系建立后,该公司在文化产业现代化管理上迈出的又一跨越步伐。以不断挑战、不断突破、不断超越的激情和谋划,着力把管理打造成新的发展支柱和品牌,成为时代出版管理发展的新目标,主业和产业发展的新动力。安徽省质量奖创立于 2003 年,是安徽省借鉴发达国家和地区,对在质量管理方面成效显著、产品、工程和服务质量达到省内外先进水平优秀企业的肯定和激励。

据了解,2009 年底,时代出版在 ISO9001:2008 质量管理体系高分通过中国质量认证中心现场审核后,为了加快“向着成熟卓越的企业迈进”,从领导、战略、顾客与市场、资源、过程、测量、分析与改进、经营结果等七大模块,对出版管理进行再造和提升,创建不断创造卓越的经营管理模式,成为挑战自我的又一里程碑式战略选择,开创了文化产业率先向高水平管理挺进的新突破。时代出版相关负责人介绍,公司将以引入国际先进标准为契机,改变文化产业管理的从动性局面,把管理打造成驱动性力量 and 品牌,打造成创新的可持续源泉和支点,为内容策划、资源和资本运作、全媒体运营、发展方式转变、产业升级,以及跨业、跨界、跨地、跨制、跨国发展提供强力支撑,推动时代出版飞得更高、更快。(马 莹)



重庆书城人流如织 张 新摄

## “中部出版扎堆上市”效应显现

# 长江出版传媒集团蓄势待发

■商报记者 金 霞

7 年前,就在湖北长江出版集团刚刚组建完成时,集团党委书记、总经理王建辉在《中部出版论》中曾预言:“中国的出版高地将在中部雄起。”7 年后,中部出版方阵不仅集体响应了这一预言,更在资本时代的洪流中诠释了“雄起”的新内涵——山西、河南、安徽、湖北、湖南、江西 6 省出版集团中,已有 3 家上市公司、2 家准上市公司,令业界叹为“中部出版扎堆上市效应”。而孕育成长于九省通衢之地,深谙“商流扎堆”之道的长江出版传媒集团,在经历了 7 载改革嬗变后,正于此波“中部出版扎堆上市”大潮中,谋篇布局,蓄势待发,演绎“九头鸟”的智慧与魄力。

### 改制重组上市三步并作一步走

2010 年,长江出版传媒集团被授予 2008~2009 年度中国“文化企业 30 强”。根据新闻出版总署发布的产业报告,2009 年长江出版传媒集团总体经济规模进入全国出版集团 10 强、位列第 7。

长江出版传媒的日子看上去过得挺滋润,为何还要上市? 已改任集团董事长、党委书记的王建辉一语道破:“上市公司是企业的最高形态,我们要以上市促改革,以上市促发展。”

2007 年 11 月,集团改制上市工作领导小组成立,一系列工作次第展开,2008 年 3 月到长江证券公司登门拜访。“最初也考虑过 IPO,但面临着巨大的时间成本和机会成本”,王建辉告诉记者,2009 年 3 月,集团公司党委最终确立了借壳上市的思路,以“彻底改制与和谐改制相结合”为目标,按照边改制、边重组、边借壳的思路,加快推进上市工作。

三年多来,集团上下思路统一,通力配合,付出了大量艰苦努力。截至 2010 年 12 月 31 日,改制上市的大量基础性工作已经完成:一是相关房屋土地资产产权基本完善,涉及改制的 526 宗土地和 737 处房产产权清晰,相关权属证书已基本办妥;二是按照上市要求对全集团业务和资产进行了重组,根据集团发展战略,注销了 9 家单位独立法人资格,重组涉及的股权、土地、房产、货币资金、债务等近百项,形成了清晰合理的业务

结构、科学规范的管理架构;三是按照国家有关规定完成了改制审计和资产评估工作;四是所属 13 家事业单位已经完成转企改制;五是人员安置工作已经完成,集团公司所有人员全部转换为企业人员身份,并按规定办理了各项社会保险。

2011 年 1 月,集团借壳上市获得中宣部和新闻出版总署前置性审批。

### 25 亿注资“旧壳换新颜”

经过广泛寻找和反复比较,长江出版传媒集团将借壳目标锁定为央企华润集团旗下上海华源企业发展股份有限公司(\*ST 源发 600757)。2010 年 11 月 1 日,集团公司成功竞拍到 1.9 亿股\*ST 源发有限售条件的流通股,得到一个零资产、零人员、零负债的“净壳”,正式参与\*ST 源发的资产重组。2011 年 1 月 28 日,依据上海市中级人民法院的裁定和股票拍卖的条件,在扣除 38% 的让渡股票后(中小散户让渡比例为 33%),\*ST 源发 1.2 亿股限售流通股被直接扣划至长江出版传媒集团名下,集团公司持股数占\*ST 源发总股本的 21.84%,成为\*ST 源发第一大股东。2 月 14 日,\*ST 源发召开新一届董事会和监事会,周艺平总经理等一批精明强干的高管人员正式依法进入上海华源企业发展股份有限公司。

记者了解到,根据出版传媒业的发展趋势和中国证监会有关要求,长江出版传媒集团按照主营业务整体上市的原则,拟将所属的全部出版传媒业务纳入上市范围。相关资产包括:本部教材中心相关净资产和下属的 15 家全资子公司 100% 的股权。15 家全资子公司分别为:湖北人民出版社有限公司、长江文艺出版社有限公司、湖北教育出版社有限公司、湖北少年儿童出版社有限公司、湖北科学技术出版社有限公司、湖北美术出版社有限公司、崇文书局有限公司、湖北九通电子音像出版社有限公司、湖北大家报刊传媒有限责任公司、湖北教育报刊传媒有限公司、湖北省新华书店(集团)有限公司、湖北新华印务有限公司、湖北长江出版印刷物资有限公司、湖北长江出版传媒集团数字出版有限公司、湖北天一国际文化有限公司。

3 月 15 日,\*ST 源发在停牌 5 个

多月后正式复牌,并发布公告称,将以 5.2 元/股向长江出版传媒集团定向增发 4.8 亿股,收购其出版产业链及相关资产。收购完成后,\*ST 源发将拥有“编、印、发、供”完整的产业链,主营业务资产变更为出版传媒类。根据资产评估报告,长江出版传媒集团拥有的本次交易标的资产的评估价值为 25.35 亿元。

自 3 月 15 日以来,\*ST 源发在大盘整体向下状况下连续涨停。有分析机构认为,长江出版传媒集团的注资将使\*ST 源发基本面目貌换新颜,预计公司 2011~2012 年每股收益至 0.26 元和 0.30 元,后续业绩增长可期。

对于重组后的\*ST 源发受到关注,王建辉认为在意料之中,“出版传媒类企业过去没有形成板块,现在正在形成板块。国家重点扶持文化产业,这一板块发展的态势一定是向好的”。

记者了解到,待重组方案经股东大会通过、经证监会批准、长江出版集团装入资产后,\*ST 源发将更名为“长江出版传媒股份有限公司”,并将其注册地迁到长江出版传媒集团所在地湖北武汉。

### 在决赛中“弯道超车”

“经过近几年的发展,长江出版传媒集团在全国出版集团的竞赛中虽然目前还没有争得前三名,但我们进入了决赛”,王建辉对长江集团在竞争格局中的位置有清醒的判断,“中部出版板块是全国先进水平已是不争的事实。考虑到周边省份的政策环境以及先发优势,我们需要弯道超车。”

“超车”的优势何在? 集团总经理周艺平告诉记者,近几年来,集团一直保持着稳健的发展态势,在图书出版、报刊出版和新媒体建设等创意产业领域取得了长足的进步。2010 年集团所属各社一般图书销售收入 3.91 亿元,同比增长 32%;一般图书市场占有率从 2004 年集团成立时的全国第 16 位,上升为 2011 年的第 4 位。报刊成为新的产业增长点,集团目前拥有 24 种报刊,其中《小学生天地》和《初中生天地》等发行量过百万,得到中央领导肯定。数字版权运营方面也取得了不小的成绩,2010 年数字版权运营收入超过了过去 10 年的总和。此外,集团利用品牌、资金

等优势,积极探索国有出版与非公经济资本合作,成立了北京长江新世纪文化传媒有限公司和海豚传媒有限责任公司,机制灵活、成长迅速,成为出版产业发展的范例。集团原创动漫与门户阅读网也在全国出版集团中处于领先水平。

周艺平认为,上市后各家都想兼并重组,但客观地看,目前尚受制于行政壁垒。“出版产业还处在非充分整合阶段,还没有出现一个或几个集团垄断市场的局面,产业集中度、市场集中度并不高,主业增速放缓,多元化经营的方向并未十分明确,行业原创整体水平有待提升,这恰恰是我们发展的空间和机会”。

而对于不少集团面临的“想发展没钱烦恼,上市有了钱找不到好的发展项目更烦恼”的困惑,长江出版传媒集团正在进行前瞻性思考,找寻自身未来拓展的方向。根据新闻出版总署提出的要让新闻出版业成为以数字化内容的生产和传输作为特征的新型战略产业的总体要求,集团将围绕这个大的方向进行战略布点:一是加大精品图书出版力度,着力构建全国文艺、少儿和美术板块高地;二是在新媒体领域培育新的利润增长点;三是瞄准出版发行领域优质资源并购及经营;四是建设华中最大、辐射全国的印刷物流基地;五是打造长江出版传媒动漫产业基地;六是积极探索多元化经营,在金融和文化地产方面有突破性发展。王建辉强调,“总体来看,集团将以上市公司为主体,立足图书出版主业,拓展期刊、报纸、网络等传媒业产品线,加大信息技术应用和数字出版探索力度,以资本为纽带,实现跨地区、跨行业、跨媒体、跨所有制发展,积极推动中国出版传媒领域战略重组”。

王建辉坦言“出版传媒类企业扎堆上市,这对我们是个挑战”,但他更有信心,“我们会努力争取一个好位置,在资本市场第一方阵中有比较好的表现”。他还特别强调了“共享”,即上市公司要与控股母公司共享,上市公司与员工要共享,上市公司与股民要共享,“共享”才能“共赢”。

随着长江出版传媒集团即将登陆资本市场,“中部出版扎堆上市”的格局基本形成,无疑将引领中国出版在资本市场上的基本走向,并对中国出版产生更为深远的影响。



日本大地震,牵动着中国新闻出版人的心。近日,中国国际出版集团旗下的人民中国杂志社积极募捐,不到一个小时就筹得善款 16250 元人民币,以支持日本抗震救灾。

## 河北出版传媒集团与民营印企合建彩印公司

■商报讯 河北出版传媒集团旗下河北新华第二印刷公司与石家庄市大视野地图彩印公司共同出资组建的河北新视野彩印公司近日在石家庄举行揭牌仪式。河北省委宣传部秘书长魏平、河北出版传媒集团公司董事长杜金卿等出席了揭牌仪式,并为“河北新视野彩印有限公司”揭牌。杜金卿在致辞时表示,河北省环绕京津,印刷业市场前景广阔,新组建的新视野公司要充分发挥新的体制、机制和资源优势,强化内部管理,拓展市场业务,加快产业升级,淘汰落后产能,努力把公司建设成为一个管理规范、机制灵活、服务一流、技术领先,充满竞争活力和创新能力的现代印刷企业。(武小森)

据悉,双方出资成立的河北新视野彩印公司,实现了强强联合、优势互补。该公司以图书、教材教辅、报纸、期刊、超市海报、商标、包装装潢、广告画册等印制为主,年印装能力 30 万令纸以上。公司下一步将积极推广彩色产业升级,大力开展彩色印刷、精品印刷、包装装潢印刷等高附加值业务,不断提升企业生产水平和盈利能力。

据了解,河北出版传媒集团在推进印刷资源整合的同时,正积极着手在省会建设总投资 10 亿多元、占地面积 500 多亩的印刷物流产业园,大力发展数字印刷和绿色印刷,打造北方一流的数字印刷物流产业基地。(武小森)

## 中国出版集团推进数字资源建设

■商报讯 以加强集团公司数字出版工作管理,推进集团公司数字资源建设为主题的中国出版集团公司数字出版工作会议近日在京举行。

中国出版集团公司副总裁宋晓红指出,在集团公司的“十二五”规划中,数字出版是重要组成部分,各个单位对数字出版要从机构设置到人员编制都要重视,设专人负责;要加强对数字产品项目的研发,创新数字产品,以产品和项目带动数字出版的发展;要加大对各项目资金投入,加强对数字出版的选题管理,对数字出版相关项目要给予资

金倾斜。

中版集团数字传媒有限公司总编辑姚文坛介绍了中国数字出版网建设的有关情况;中版数字设备有限公司总经理何俊介绍了中版内印王项目的进展情况。

会议由集团科技与数字出版部主任周清华主持,中国出版集团公司科技与数字出版部有关人员,各单位分管数字出版工作的负责人,数字出版工作和数字资源建设的部门负责人,中版集团数字传媒公司及中版数字设备有限公司相关负责人出席会议。(玛)

## 浙江出版联合集团加速纸张整合

■商报讯 近年来,不少出版集团都将的物资整合、纸张采购视为增强合力、降低成本的重要工作。3 月 14 日~16 日,浙江出版联合集团 2011 年度纸张工作会议上,集团相关部门负责人与 16 家造纸合作厂家领导就集团 2011 年纸张采购工作和进一步加强易货贸易和合作经营进行了沟通和交流。

浙江出版联合集团副总裁朱勇良表示,发挥好集中采购中心职能是集团出版产业发展需要,也是做强出版主业需要,对提高浙江出版竞争力、延伸产业链,做强做大起着重要的作用。

作为用纸单位代表,浙江出版联合集团教材部主任胡烈敏和浙江古籍出版社社长胡小罕肯定了集团实行纸张集中采购制度和所做的工

作,着重就合作纸厂的纸张质量和供货情况提出了要求。造纸企业代表金东纸业(江苏)有限公司庄向群经理、湖南岳阳纸业曹辉经理等对如何进一步加强合作、提高纸张质量、确保货源、多方位拓展市场业务、搭建更高层次的合作平台提出良好的建议。

据悉,今后在集团纸张集中采购领导小组的统一管理下,由物资集团根据用纸单位的需求,统一向中标造纸厂采购,并向集团内各用纸单位统一供纸。双方将本着互惠互利的原则,根据双方各自的优势,立足于“三个有利于”:有利于加强和巩固双方长远合作的战略高度,有利于进一步扩大市场份额,有利于双方做强做大,找到切合点,加以落实和推进。(启 轩)

### ■特约通讯员 罗守兵

2011 年全国“两会”发布的《国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要(草案)》提出:“加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业。”书业改革发展迎来空前机遇。地处西部唯一的直辖市的重庆新华书店集团,更具有得天独厚的优势:重庆发展上升为国家战略,2015 年基本建成西部地区的重要增长极、长江上游地区的经济中心和城乡统筹发展的直辖市,成为继北京、天津、上海、广州之后第五个国家级中心城市;重庆市委三届五次全会专门讨论文化发展,做出推动重庆文化大发展大繁荣的《决定》;中共中央政治局委员、重庆市委书记薄熙来在全市倡导开展“唱读讲传”活动,提出要把重庆建成“人均读书最多的城市之一”。重庆新华两大产业项目“十大书城”和“解放碑时尚文化城”均进入政府规划,列为重庆市“十二五”重大公共文化基础设施和十大文化产业基地项目。

跨入“十二五”,国有发行集团如何发挥传统优势,在应对新的挑战、推动产业转型中实现新的更大发展? 记者近日从《重庆新华书店集团公司“十二五”发展规划》得到的答案是:资本+渠道+内容,借势借力,守土拓疆,全力冲刺“百亿”文化传媒集团。

### 做强渠道,搭建覆盖城乡的主流公共文化服务和文化消费平台

在重庆市政府的强力推动下,重庆新华十大书城项目全面启动。根据立足重庆主城、覆盖区域中心的建设思路,规划在渝中、渝北、江北、巴南、万州、涪陵、黔江、南岸等 10 个主要城区建设十大书城。

十大书城定位为以书城为核心的城市文化综合体,以经营图书、音像制品、文化用品为主,涵盖区域中心书城、文化商品集散地、农家书屋配供中心、青少年培训基地、影视体验中心等文化功能,集文化消费、文化欣赏、文化交流等于一体。建成后,将成为区域文化消费的“集散地”和文化新地标。届时,重庆新华的卖场规模突破 32 万 m<sup>2</sup>,整个业态布局、产品结构、经营效益都将发生质的飞跃。据测算,重庆新华十大书城卖场总面积约 20 万 m<sup>2</sup>,总投资约 18 亿元,2011 年落实项目选址和具体地块,完成规划设计,江北书城、渝北书城开工建设,“十二五”末全面完成。

在全力建设十大书城的基础上,该集团还将在其余区县规划建设区县中心书城和乡镇、社区连锁网点,不断改善区县图书卖场软硬件条件,推动区县图书发行提档升级。力争到“十二五”末,图书发行主业实现两个“翻两番”:在 2010 年基础上,连锁卖场面积翻两番,达到 32 万 m<sup>2</sup>;销售收入翻两番,达到 43 亿元。“通过以十大书城为支撑的发行网络建设,重庆新华将搭建覆盖重庆城乡的主流公共文化服务和文化消费平台,增强区域分销市场的主导力和控制力”。重庆新华掌门人肖陵如是说。

### 拓展内容,寻求多元盈利模式

随着数字化、信息化技术的迅猛发展,数字出版、电子阅读器、网络书店等对实体书店的冲击越来越大,传统书业在夹缝中生存,经营模式亟待转型。2010 年,重庆新华包括重庆书城在内的 15 个图书卖场单独核算实现盈利,让他们尝到了卖场经营转型的甜头。其基本考量是:全面引入“大文化”经营理念,深度开发新华卖场品牌价值,盘活卖场资源,提高经济绩效,从“经营图书卖场”向“经营文化渠道”转型,为读者和顾客提供立体

式、多层次消费体验。

2010 年,重庆新华 287 家连锁网点共实现销售 45,824 万元,其中纯图书仅占一半,电教产品、文化用品、现代办公用品等多元产品销售势头看好。以重庆书城为例,2010 年实现销售 1.64 亿元,其中纯图书 7200 万元,占总销售的 43.9%;一般音像 1750 万元,占总销售的 10.7%;电教产品、文化用品、现代办公用品等多元产品销售额几乎占到书城总销售的半壁江山。其“办公用品”文化用品卖场经过几年的打磨,业已成为重庆渝中半岛文化用品销售的绝对主导。借助书城的品牌效应、人脉资源,他们还大力推销取书卡,锁定读者群,提高营业额,去年仅取书卡就销售 7160 万元。

肖陵董事长表示,集团下一步的解放碑时尚文化城和十大书城项目的建设思路,规划在渝中、渝北、江北、巴南、万州、涪陵、黔江、南岸等 10 个主要城区建设十大书城。经营模式,既要卖书,更要经营相关文化产品,联动开发文化交流、文化培训、影视体验等文化高关联度、高互动性、高收益率的商品和项目,形成突出的品牌、服务、规模、人气优势,推进产业升级扩张。

重庆新华还将改造升级网上书店系统,借助连锁销售平台,完善网上商品展示、网上销售管理、用户订单处理、书卡全市结算等功能,丰富业务模式和类型,实现网上书店与网下连锁网点的良性互动和无缝衔接,提高出版物和文化商品在线交易、用户服务的效率,拓展主业增长点。

### 借力资本,强力助推产业升级

实现渠道裂变、产业转型,需要强有力的资本支持。“十二五”时期,重庆新华将采取政府扶持、上市融资、项目融资、发行企业债券等途径,为重大产业项目建设和经营业务拓展提供有力保障。

一是用足、用活国家给予文化产业的信用评级、融资渠道、利息补贴、税收减免等相关资金扶持政策,最大限度降低融资成本。积极争取重庆文化产业发展基金支持产业项目建设。二是积极推进股改上市,通过上市融资及上市后公开增发、定向增发,获得主业转型、产业发展的主要资金。争取股份公司早日挂牌,确保重庆新华传媒顺利实现首发上市的辅导期。再者,与北大青岛集团合资成立了项目公司,联手打造解放碑时尚文化城,与重庆知名房地产开发企业合作建设大书城,实现互利双赢。而兴业银行向重庆新华授信 3 亿元发行企业债券的工作也已展开。

“到 2015 年末,建成长江上游最具活力与竞争力的‘百亿’文化传媒集团,努力实现三个‘翻两番’:在 2010 年基础上,资产规模翻两番,达到 100 亿元;销售规模翻两番,达到 60 亿元;实现税利总额翻两番,达到 3.7 亿元”。重庆新华人雄心勃勃。

# 资本+渠道+内容:重庆新华决胜『十二五』