

交换空间传递家装魔法

商报讯 近日,由中国水利水电出版社主办的“交换空间·48小时家装魔法”新书签售活动在北京图书大厦成功举行。活动邀请到了央视著名主持人王小骞、《交换空间》栏目组主编邓涑莹以及知名家装设计师孙伟、曹杨到场签名售书。活动现场气氛热烈、读者踊跃,取得了圆满的效果。

活动由该丛书责任编辑李亮主持,在他对图书的主要内容和特点给予简要介绍后,央视主持人王小骞、《交换空间》栏目组主编邓涑莹分别就参与节目的有关事宜和节目幕后故事与读

者进行了现场交流,孙伟、曹杨对现场提问的家装问题予以了耐心解答。期间,活动还特别安排了抽奖游戏,并现场收取书后附有的《交换空间》电视节目参与表格。最后,四位到场嘉宾为读者进行签名售书。

据介绍,“央视交换空间同步书系”《48小时家装魔法(1~5)》汇集了央视《交换空间》节目家居空间二次改造精彩案例,从个性生活与家装设计的双重角度,精细解读了每一个案例48小时空间“大变脸”的“魔法”所在,不仅细致呈现了近60例异彩纷呈的家居风格的装饰手法,材料选择,色彩、照明配置,灯饰、软装、家具选购与搭配技巧,分项费用等家装细节,更有来自家装设计师的家装秘诀以资参考。

(林)

上市书企 2012 年报比比看

■商报传播股评专题组

1.90个百分点,毛利率分别为31.11%、26.39%;新华传媒的图书业务毛利率减少了0.17个百分点至32.40%,出版传媒的发行业务毛利率下降2.44个百分点至16.04%。

投资收益要看持股时间

价值投资者一般认为,一支股票好不好,最重要的是看它的成长性,但在老百姓的眼中,关键还是要看它能否给自己带来较好的收益,而每股收益从某种程度上说代表了其收益率,比如中文传媒、时代出版、新华文轩分别以0.89元、0.62元、0.56元的每股收益位居前三甲,而像凤凰传媒、中南传媒分别高达175.60亿元、156.97亿元的市值不仅让业界充满向往,对股民也具有很大的吸引力。当然,二级市场风起云涌,股价可谓瞬息万变,很多时候并不反映其真正的价值,那么如果开年第一个交易日同时购买、年末最后一个交易日同时售出各家股票,加上其中的分红等收益,无疑更为直接的体现了各股的年度投资收益。

在此,我们姑且将各上市书企股票的2012年度表现作一排名,其中天舟文化开盘15.77元,最高16.76元,最低8.59元,收盘11.89元,全年下降24.41%;凤凰传媒开盘8.62元,最高9.58元,最低5.75元,收盘6.78元,全年下降20.05%;新华传媒开盘5.98元,最高6.23元,最低4.12元,收盘4.87元,全年下降17.46%;时代出版开盘10.82元,最高11.58元,最低8.23元,收盘9.49元,全年下降11.80%;出版传媒开盘7.13元,最高7.87元,最低5.11元,收盘6.25元,全年下降11.72%;当当网开盘4.63美元,最高11.25美元,最低3.68美元,收盘4.15美元,全年下降为10.37%;大地传媒开盘10.71元,最高13.63元,最低7.55元,收盘9.38元,全年下降7.13%;中南传媒开盘9.62元,最高10.85元,最低7.75元,收盘8.94元,全年下降6.68%;长江传媒开盘6.69元,最高7.85元,最低5.10元,收盘6.53元,全年降幅为6.53%;皖新传媒开盘10.88元,最高13.42元,最低8.26元,收盘10.38元,全年下降4.24%;中文传媒开盘14.35元,最高17.80元,最低11.35元,收盘14.26元,全年下降0.70%;新华文轩开盘3.37港元,最高4.28港元,最低3.30港元,收盘4.12港元,全年涨幅为23.72%。

可以说,“两会”期间出台国务院机构改革方案,让文化产业再次成为业内外广泛关注的焦点,而从上市书企已经公布2012年报透露的数据表明,12家上市书企2012年的营业收入总计为493.09亿元,与2011年各家的总营收406.90亿元相比增长了16.90%,与2010年的总营收326.57亿元更是有大幅增长。而16.90%的平均增幅,相比业界普遍为5%左右的年度增幅,从某种意义上来说,突显了上市书企的优势和领先地位。

财会数据披露营收成本双增

从表1可以看出,根据业界普遍预估当前出版发行年度总产值600个亿左右的标准,12家上市书企的总营收占比82.18%,集中度上升了14.36个百分点。同时显示,这12家上市书企这三年的营业收入排名总体格局变化不大,其中中文传媒营收已连续两年占居榜首;中南传媒与凤凰传媒2012年营收分列第二和第三,与此前相比二者更换了座次;当当网2012年在价格战、营销推广的双重推动下,加上网购行为的日益增长,营收同比增长44%至51.94亿元,与新华文轩更换了位置。

表1上市书企营业收入排行榜 单位:亿元

公司	2012年	2011年	同比增减(%)	2010年
中文传媒	100.03	69.81	43.29	31.31
中南传媒	69.30	58.57	18.33	47.63
凤凰传媒	67.05	60.27	11.27	54.07
当当网	51.94	36.19	44.00	31.31
新华文轩	45.92	44.86	2.40	37.24
皖新传媒	36.43	30.97	17.63	27.89
长江传媒	34.87	26.11	33.49	23.01
时代出版	31.40	24.38	28.76	18.33
大地传媒	22.72	17.92	26.77	17.29
新华传媒	17.95	21.11	-14.95	23.07
出版传媒	12.68	13.93	-8.97	13.28
天舟文化	2.80	2.78	0.83	2.14

表2的数据表明,当前书企营业收入的增长与营业成本的增长基本是成正比的,这从另一个侧面反映了大多数书企在是先做大还是先做强方面非常明显地站在了先做大这一阵营。其中,中文传媒的营业成本增幅高达48.95%,最终以84.89亿元占据第一;长江传媒23.57亿元的营业成本从绝对值来说并不高,但其以同比增长46.82%的幅度位居第二;当当网的营业成本增幅高达43.36%可以说毫不意外,以44.70亿元位居营业成本涨幅第三名。而如新华文轩,则可以看出其成本控制相比较好,同比增长10.80%,还是主要因为新业务的拓展增加了相关运营费用及人力成本。

表2上市书企营业成本排行榜 单位:亿元

公司	2012年	2011年	同比增减(%)
中文传媒	84.89	56.99	48.95
当当网	44.70	31.18	43.36
中南传媒	42.52	35.39	20.13
凤凰传媒	41.40	36.68	12.28
时代出版	25.34	18.93	33.90
皖新传媒	24.73	20.73	19.29
长江传媒	23.57	16.05	46.82
大地传媒	17.58	13.02	30.28
新华文轩	15.52	14.01	10.80
新华传媒	12.01	14.17	-15.28
出版传媒	9.67	10.73	-9.86
天舟文化	1.93	1.99	-3.24

表3的数据则显示,适当控制营业成本,寻求新的经济增长点是目前书业的出路,诚如本期头版撰文中指出,上市书企2013年都在不断寻求新的突破,比如中南传媒、凤凰传媒、新华文轩、中文传媒、长江传媒、

表3上市书企净利润排行榜 单位:亿元

公司	2012年	2011年	同比增减(%)	2010年
中文传媒	100.03	69.81	43.29	31.31
中南传媒	69.30	58.57	18.33	47.63
凤凰传媒	67.05	60.27	11.27	54.07
当当网	51.94	36.19	44.00	31.31
新华文轩	45.92	44.86	2.40	37.24
皖新传媒	36.43	30.97	17.63	27.89
长江传媒	34.87	26.11	33.49	23.01
时代出版	31.40	24.38	28.76	18.33
大地传媒	22.72	17.92	26.77	17.29
新华传媒	17.95	21.11	-14.95	23.07
出版传媒	12.68	13.93	-8.97	13.28
天舟文化	2.80	2.78	0.83	2.14

时代出版等,一是整合资源,优化出版产品和销售渠道;二是积极拓展数字出版业务,业务转型升级;三是利用资本优势和行业政策,寻求跨行业、跨媒介、跨所有制、跨地域甚至跨国别的重组并购。值得一提的是,土地补偿将对中文传媒2013年业绩产生较大影响,其中,广场购书中心收到补偿款5.42亿元,有2.08亿元计入了2012年的营业外收入,尚有3个多亿分几年摊销。而其丁公路地块最后以9.17亿元成交,预计可收回80%约7亿元左右,这些款项预计分10年摊销,每年对公司有几十万的利润影响。

分行业凸显主营毛利普降

不过,从各家分行业情况来看,如出版、发行等主营业务的收入,并非与总体营收同步增长,除新华文轩毛利率由2011年的38.8%改善至2012年的39.4%外,不少书企或整体毛利率同比有所下滑,或主营行业毛利率出现了小幅下降,有的还是数年连续下滑,无疑应该引发业界人士的广泛思考。有分析师认为,这是业界在传统出版领域的同质化竞争日益加剧的结果,而人力成本的增长也是原因之一。

比如凤凰传媒的主营收入64.77亿元,比上年同期增长10.96%;但主营业务成本40.79亿元,比上年同期增长12.47%;加上文化用品等批发业务的毛利率相对较低,将发行业务的毛利率摊低了2.80个百分点。为此,其整体毛利率比上年同期下降0.85个百分点至37.03%。因为一般图书经营增长13.62%、教材教辅经营增长11.91%,中南传媒的出版板块同比增长了13.05%,但因为营业成本的同步增长,其毛利率反而减少了0.36个百分点至27.16%;其发行板块也是如此,营收同比增长20.12%,但因营业成本同比增长20.51%,毛利率减少0.22个百分点至32.14%。同时由于低毛利的物资贸易业务规模扩张,其2012年整体毛利率也有所下降到38.7%。

当然,诚如表4当中的数据显示,类似的情况覆盖了大多数上市书企。中文传媒的出版业务毛利率减少了2.53个百分点至25.72%,发行业务毛利率减少了1.24个百分点至34.15%;时代出版的新闻出版业务毛利率减少了1.25个百分点至34.17%;长江传媒的出版业务和发行业务的毛利率分别减少了3.87个百分点和

表4 出版发行主营业务情况一览

公司	分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营收同比增减(%)	成本同比增减(%)	毛利率同比增减(%)
中南传媒	出版	18.71	13.63	27.16	13.05	13.61	减少0.36个百分点
	发行	48.45	32.88	32.14	20.12	20.51	减少0.22个百分点
凤凰传媒	出版	24.83	18.33	26.17	2.76	2.26	增加0.36个百分点
	发行	59.29	42.40	28.48	19.19	24.04	减少2.80个百分点
中文传媒	出版	14.48	10.76	25.72	31.20	35.83	减少2.53个百分点
	发行	26.53	17.47	34.15	14.99	17.20	减少1.24个百分点
时代出版	新闻出版业	13.50	8.88	34.17	14.62	16.84	减少1.25个百分点
长江传媒	出版	14.84	10.22	31.11	31.33	39.15	减少3.87个百分点
	发行	19.43	14.30	26.39	16.41	19.50	减少1.9个百分点
新华传媒	图书	8.34	5.64	32.40	-1.26	-1.02	减少0.17个百分点
	音像制品	0.40	0.26	35.15	-12.92	-13.33	增加0.30个百分点
	文教用品	1.27	0.97	23.68	-4.50	-6.79	增加1.88个百分点
出版传媒	出版	3.90	2.62	32.92	-19.52	-26.23	增加6.1个百分点
	发行	6.47	5.43	16.04	-6.80	-4.00	下降2.44个百分点
大地传媒	出版	10.49	6.86	34.46	12.76	7.41	增加3.26个百分点
天舟文化	出版发行	2.77	1.91	30.99	-0.21	-4.06	增加9.82个百分点

(上接第1版)

业绩提升为转型并购打下基础

大部制成转型并购新契机

众所周知,近年来各上市书企都试图进行传统业务转型并初有成效,但书业的同质化竞争尤其是市场无序化状况一时难有较大改善,加上新媒体新技术带来的挑战,并购重组、外延扩张已成为传统出版传媒企业拓展产业链、寻找新的利润增长点的重要发展路径。而“大文化”管理指明要打造有竞争力、影响力的传媒集团为这一转型提供了政策支持,新一轮大部制改革为跨行业、跨媒介的整合和变革带来机遇,长时间没有开闸IPO也为拥有资本优势、业绩提升明显的上市书企并购非上市书企增加可能。

中南传媒在2012年报中就明确将2013年定为“并购年”,表示将充分发挥资本运营的先发优势,以充裕的现金储备,积极寻找优秀目标项目,加快并购重组步伐,推动行业有序整合。当然,这首先得益于其近77亿元充裕的现金,足以满足业务发展需要和投资需求;同时该公司还拥有雄厚的银行授信额度。其中工商银

行100亿元,国家开发银行50亿元,交通银行120亿元。其2013年的经营计划也透露,该公司除集聚资源优化传统出版产品体系、提质改造发行板块,还将积极壮大数媒新产业,加速数字教育单校产品及教育云项目的完善和市场推广,探索内容产品开发运营的联动模式,推进联通“沃”阅读基地阅读领袖专区的运营支撑工作,形成大众阅读领域的战略性增长点。而有分析师认为,从其业务版图来看,目前唯独缺少视听板块,而影视的收购已无政策障碍,该公司有这方面突破的可能性。

可以预见的是,凤凰传媒新的利润增长点也将主要来自数字化和文化Mall建设、集团资产注入和外延式扩张。一是其数字出版毛利率较高,2012年已实现过亿毛利;二是文化Mall除去销售图书外,设置动漫主题馆、游戏体验馆、超五星级多厅影城等,线上线下多业态的文化产品顺应将文化消费升级的需求。随着2013年苏州凤凰文广场的营业,以及后续姜堰、南通、镇江、扬州等项目营业,未来将持续贡献业绩;而外延

式扩张将是其最大的看点,如对新媒体公司游戏、影视等的并购,注入印刷和影视资产等。中文传媒的对外投资和新媒体业务也开始发力,该公司2012年分别投资了上海千陌网络科技和麦克米伦世纪咨询公司,同时在2013年也公告了投资北京艺融民生投资管理有限公司,从而进一步进军艺术品市场。另外,其收购泰国中央中文电视台的举措,以及其投资拍摄的电视剧《楚汉争雄》预计将在今年上半年播映,都奠定了其全媒体产业链的布局。

新华文轩则公告称,为统一运营其职业教育业务,旗下两家附属公司四川文卓及成都卓卓日前签订合并协议,而其2012年报及此前的公告都显示,该公司将以资源整合和战略合作为手段,加快其国内A股市场申请首次公开发行(IPO)的步伐,拓宽融资渠道,努力实现A+H两地上市的阶段性目标和资本与资源的融合,同时继续寻求优质出版传媒产业项目,推进业态创新和传统业务升级转型,培育新的利润增长点,稳步实施跨区域、跨行业发展。