

中国出版传媒商报

(原《中国图书商报》)

2014年5月6日 星期二 第2039期 国内统一刊号CN11-0282 邮发代号1-217 国外代号D—4584



中国广告主协会、
中国传媒大学广告学院、
中国人民大学公共外交研究院共同主办

中国出版传媒商报(原中国图书商报)

**获评影响中国2013年度
最具传播价值专业媒体**

唯一入榜的出版传媒类媒体

由中国广告协会报刊分会
联合清华大学新闻与传播学院、央视CTR
等权威机构推选

中国出版传媒商报(原中国图书商报)

获评最具成长价值媒体十强

荣登2012-2013中国报刊广告投放价值排行榜

唯一入榜的出版传媒类媒体

中国人民大学新闻学院等
国内10家顶尖新闻学院、
中国新闻史学会联合推选

中国出版传媒商报(原中国图书商报)

获评2010-2011中国品牌媒体百强

获评2011-2012中国行业报品牌十强

获评2013中国十大行业报

中国传媒论坛学术委员会、
史坦国际STANCHINA等知名机构
联合举办2011中国传媒投资年会

中国出版传媒商报(原中国图书商报)

获评2011中国最具影响力行业媒体品牌

与理财周报等3家媒体从全国众多报刊网媒中脱颖而出
荣登2011中国传媒和思想界的全新价值榜单

中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

国新出版物发行数据调查中心主办、
中国期刊协会、中国报业协会共同联办

2009中国广告精确投放奖

中国出版传媒商报(原中国图书商报)

获评最受广告主广告青睐的行业报

与《中国汽车报》从中国百余家居委行业报
千余家行业报中脱颖而出

中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

邮发代号1-217

请广大读者从速办理订阅手续

年价298.80元/半年价149.40元

**中国出版传媒商报目标——
持续打造中国出版传媒业第一全媒体传媒(群)**

地址:北京西三环北路19号外研大厦北楼
邮编:100089 传真:010-88818933
咨询电话:010-88810715/27/29/转231

编者按 近日,国内、国际大型出版传媒集团相继发布2013年度年报,成为各方关注焦点。细读大鳄们交出的年度成绩单,数据升降背后、战略取舍之间,释放出哪些信号?有何规律可循?能否从中预判商机危机?是“环球同此凉热”还是“各说各话差距仍存”?为此,本报特同期编发“2013中国上市书企年报分析”和“2013国际出版集团年报分析”两篇深度专题(详见1~3版),为业者提供一个观察全球书业风云的视角——既从“两个市场、两种资源”自身纵向的比较分析中看到动向与趋势,也从两者横向的对比观察中看到差异与共性。

2013 国际出版集团年报管窥全球书业市场

大众出版市场竞争加剧,电子书的销售开始慢下来,再版书的影响力开始显现;教育出版市场环境依然严峻,出版商更加重视与终端消费者的直接联系;学术出版市场在领先实现出版流程数字化后,关注持续创新和平台升级、服务升级……纵览2013年国际出版传媒集团年报,依稀可见书业“数字”与“传统”两股力量的角力与竞合。

电子书增长放缓 凸显“双轮驱动”战略

根据可获得的6家大型大众类跨国出版集团的运营数据显示,相比2012年的利润率下降,2013年它们依然保有坚实的利润率。有些公司的收入取得了前所未有的增长,拉动增长的因素之一是更高的电子书销售额,但看起来非常明显的是,出版商并不能永远依靠电子书的销售增长来保证他们的利润率。这一点在禾林出版集团表现得尤为明显,该集团2013年的销售额和收益双双下滑,收入下滑6.7%至3.97亿加元,经营收益下降29%至5200万加元。下滑的原因是印刷版图书销售减少和北美市场电子书销售平平,其中电子书市场更受到低价图书(包括自助出版的作品)的冲击。部分国际市场的经济形势依然严峻,特别是在欧洲,也对禾林公司的业绩造成了不利影响。

畅销书仍然是大众出版公司业绩涨跌的命脉所在。企鹅兰登书屋利润下降的一个重要原因就是缺少了像2012年“格雷的50道阴影”那样的超级畅销书。而拉加代尔集团在美国的分公司阿歇特图书集团之所以2013年表现强劲,也是因为它拥有相对丰富的畅销书资源。

2013年尼尔森图书销售监测公司Bookscan畅销书榜单中的前25本精装本小说中,有10本出自阿歇特图书集团。2013年6月阿歇特图书集团从美国迪斯尼出版公司手中收购了Hyperion出版社,出版了比以前更多的畅销书。

在缺少畅销新书的情况下,再版书的影响力开始显现。2013年,霍顿·米夫林·哈考特集团大众出版部从再版书的销售中获益匪浅,包括《魔戒》三部曲小说作者约翰·罗纳德·瑞尔·托尔金的几部作品,因为电影《霍比特人》的上映,再次推动了其作品的销售。哈珀·柯林斯公司再版书的电子版销售增长也十分显著,在截至2013年11月底前的一个季度,该公司再版书的电子版销售额增长40%,快于公司的整体增长。公司CEO布莱恩·莫雷表示,与纸本书打包捆绑销售可能是再版书电子版增长的一个原因。他同时认为,尽管电子书销售增长趋缓,但带动出版业增长的两个驱动器依然是数字化和国际化。

各大公司的电子书业务数据印证了这一判断。2013年下半年,哈珀·柯林斯公司的电子书销售额较2012年同期增长35%,占到公司全球销售额的19%。禾林公司2013年电子书总销售额增长约12%,占公司总销售额的24.1%,而2012年的占比是20.7%。霍顿·米夫林·哈考特集团2013年电子书的销售占到了总收入的13.2%。拉加代尔集团电子书占总收入的比重从2012年的7.8%增长到2013年的10.4%,其美国分公司阿歇特图书集团2013年数字化产品销售已占到总收入的30%。西蒙&舒斯特公司2013年数字化产品销售增长22%,占到总收入的27%。企鹅兰登书屋现有7.7万种数字化版本的图书,2013年卖出超过1亿部电子书。

数字化服务加快升级成效显著

2013年全球最大的教育出版商培生集团,销售额增长2%至52亿英镑。数字化产品、教育服务和新兴市场原本都有很好的增长,但这些增长却很大程度上被美国高等教育和英美中小学课程改革所导致的周期性疲软所抵消——在美国,教育出版的市场环境依然严峻:基础教育方面,各州政府财政预算压力依旧持续,并处于向通用核心课程过渡的课程改革动荡阶段,这导致以培生集团为首的教育出版商中小学考试测评业务受到很大影响;而在高等教育领域,美国大学入学人数的减少无疑为高等教育出版造成负面效应。

培生集团近年一直专注于教育服务领域,希望通过不断投资拓展数字教育、线上教育,来巩固现在和未来其在全球教育市场的霸主地位,2012年5月培生以1.4亿美元的价格收购了IT考试服务商Certiport,之后以6.5亿美元的价格收购了在线学习服务商EmbaNetCompass,2013年4月又收购了美国哈佛大学教授开发的基于云计算的学习分析与管理系统Learning Catalytics。(下转第7版)

■商报传播每周股评专题组 执笔/蓝有林

伴随IPO放开以及整合重组,包括出版发行企业在内的上市队伍不断扩容,如今已先行上市的书企已有12家。截至4月29日,凤凰传媒(601928)、中南传媒(601098)、中文传媒(600373)、时代出版(600551)、大地传媒(000719)、长江传媒(600757)、出版传媒(601999)、新华传媒(600825)、皖新传媒(601801)、新华文轩(00811)、天舟文化(300148)、当当网(DANG)12家在A股、H股、美股上市的国内出版发行及相关企业的2013年报公布完毕,除新华文轩和当当网外,其余各家2014年一季报也已陆续公布。商报将第8次通过对上市书企年报和半年报的分析,透视2013年以来各家的业绩表现以及2014年可能的发展路径和趋势,观察书业阴晴冷暖。

营业收入全部增长 净利增减划分阵营

针对中国出版传媒商报“商报每周传播股评”栏目重点关注的12家已上市书企,通过各家的

2013国内12家上市书企营收接近600亿元 发力新业态延展产业链

2013年报我们能够看出:12家营业收入总额突破500亿元大关,达577.12亿元,与2012年度的493.09亿元同比增长17.04%;所有12家上市书企2013年营业收入均实现增长;营业收入突破50亿元的阵容扩充到了5家。

中文传媒2013年末资产总额达119.40亿元、实现营业总收入113.87亿元,迈入“双百亿俱乐部”。按营业收入排名,毫无悬念地再次蝉联榜首。该公司2013年营业总收入同比增长13.83%;归属于母公司所有者的净利润6.37亿元,同比增长25.78%;扣除非经常性损益后的净利润为6.35亿元,同比增长29.53%;基本每股收益1.00元,同比增长12.36%;扣除非经常性损益后每股收益0.99元,同比增长15.12%。可以说,发行物流、传统出版、教材教辅和物资贸易四大板块有力地支撑其业绩,各项经营指标呈现较好增长态势,物资贸易、出版业

务、发行业务、物流业务、印刷包装、新业态同比增长分别为8.06%、25.24%、13.58%、87.14%、17.40%、605.99%。

2013年实现营业收入超过50亿元低于100亿元的上市书企,由2012年的3家,扩充至中南传媒、凤凰传媒、当当网、新华文轩4家。其中,中南传媒实现营业收入80.33亿元,同比增长15.91%;实现归属于上市公司股东的净利润11.11亿元,同比增长18.10%;扣除非经常性损益后净利润10.24亿元,同比增长16.36%;实现基本每股收益0.62元。凤凰传媒实现营业收入73.16亿元,同比增长9.10%;实现归属于上市公司股东的净利润9.40亿元,同比增长1.4%;实现每股收益0.37元;扣除非上年发行板块增值税免征及退税错期因素影响,归属于上市公司股东的净利润则同比增长了28.07%。(下转第2版)

读者传媒冲击IPO拟募资5亿

中国出版传媒商报讯 读者出版传媒4月30日进入了上市前的预披露阶段,此次发行前总股本18000万股,拟发行不超过6000万股,其中新股发行数额不超过6000万股,公司现有股东将其于本次发行前持有的公司股份以公开发行为方式并向投资者发售数额不超过3800万股,发行后总股本不超过24000万股,募投项目包括刊群建设出版项目、数字出版项目、特色精品图书出版项目、营销与发行服务体系建设项目和出版资源信息化管理平台建设项目5项。

与此同时,进入证监会已受理阶段的还有新华文轩、南方出版传媒、江苏可一文化,进入已反馈阶段的则有科技出版传媒、知音传媒、中文在线等,按当下的上市进程,这些企业都有望在年内上市。(蓝)

新闻出版数字转型明确四任务

中国出版传媒商报讯 国家新闻出版广电总局、财政部近日联合发布《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》,提出要用3年时间,支持一批新闻出版企业、实施一批转型升级项目,带动和加快新闻出版业整体转型升级步伐。

《意见》明确提出了推动新闻出版业数字化转型升级的四方面任务:一是开展数字化转型升级标准化工作,支持企业对《中国出版物在线信息交换(CNONIX)》、《多媒体印刷读物(MPR)》国家标准开展应用,支持企业面向数字化转型升级开展企业标准研制。二是提升数字化转型升级技术装备水平,支持企业采购用于出版资源深度加工的设备及软件系统和出版业务流程改造、复合出版产品生产与投送的软件及系统,以及版权资产管理工具与系统。三是加强数字出版人才队伍建设,支持出版企业与高校、研究机构联合开展基础人才培养、开展定向培养,支持相关技术与高校、研究机构联合开展数字出版业务高级人才培养。四是探索数字化转型升级新模式,支持教育出版转型升级模式探索,重点支持部分以教育出版为主的主出版企业开展电子书包应用服务项目;支持专业出版转型升级模式探索,重点支持部分专业出版企业按服务领域划分、联合开展专业数字内容资源知识服务模式探索;支持大众出版转型升级模式探索,重点支持出版企业在关注读者需求、引导大众阅读方向的模式创新,包括:形成在线与线下互动的出版内容投送新模式,建设经典阅读、精品阅读产品投送平台。(辛文)

中版好书榜 (2014年第2期)

- 1.《曹操与献帝》柯云路 著/小说类/人民文学出版社/36.00元

2.《我在云上爱你》张小嫻 著/小说类/人民文学出版社/29.00元(估)

3.《学生通用规范汉字字典》王宁主编、商务印书馆辞书研究中心编/工具书类/商务印书馆/21.00元

4.《建筑的意境》萧默著/艺术类/中华书局/49.00元

5.“中国大百科全书·名家文库·图文版”(4册)张岱年等著/历史类/中国大百科全书出版社/19.80元/本

6.《与庄共舞:人生的自救之道》王蒙著/哲学类/生活·读书·新知三联书店、生活书店出版有限公司/38.00元

7.“戴帽子的猫”系列(22种)[美]蒂什·拉贝、[美]邦妮·沃

斯著/文学类/中国对外翻译出版有限公司/297.00元

8.《斯大林传》[英]罗伯特·谢佛思著/传记类/华文出版社/68.00元

9.《职场二规则》黄晓阳著/文化类/现代出版社/38.00元

10.《超凡想象益智大书》(3种)[英]尼克·沙拉特、皮帕·古德哈特著/儿童类/天天出版社/70.00元

精彩导读

河北新华冲破县级书店发展藩篱
美术专业社产业升级路径解析(上)
“黄金股”历史溯源及其对出版传媒业的启示
学者共话国内散文写作和出版现状

P5
P6
P7
P9

欢迎点题 欢迎投稿 欢迎提供线索
新闻热线:(010)88817702

中国出版传媒商报及其网站、电子报享有
本报文字及图片版权,未经许可不得转载。本
报保留一切法律追究权利。

本版主编:金霞 编辑:金霞 排版:丁大桂