

编者按

年末岁尾,盘点自是题中应有之义。在波澜不惊却潜流奔腾的潮涌中,中国出版业的格局继续发生着广泛而深刻的变化。回望2014,扫描中国书业发展足迹,不少出版企业的行动值得业内持续关注和深思。从本期报道开始,出版情咨中心下属的三大出版以及世界出版板块将陆续推出“出版企业行动年度综评”、“2014出版风潮和细分市场”、“年度特色阅读推广活动”、“2014欧美书业格局变化及大事件”、“2014国际书业商业模式创新盘点”、“书业广告设计创意十佳”等年终盘点系列专稿,敬请期待。

面对出版行业日益凸显的大变革、大盘整、大融合趋势,出版企业没有停下合纵连横的步伐,组建集团公司、构想“子集团”战略、资本运作、文商地产等,不断促进资源优化组合,打造新型市场

主体,在一个个资源整合的案例中,可以感受到企业增强竞争力的意愿愈发迫切,行动愈发迅速。

随着市场竞争的日益加剧,不同行业、不同领域机构之间的相互渗透、相互融合趋势更为显著。2014年,多业态发展的动向更有针对性,更具竞争力,也更注重产业链条的打造。而在数字出版领域,在几年的积累中基本完成对原有内容资源的数字化以及数字版权整理后,传统出版企业不遗余力地在数字出版产业链上多地点开花,选择各个领域不同的合作伙伴,很多数字产品进入实质化应用阶段。此外,在国家新闻出版广电总局成立的大背景下,出版企业与广电机构互抛橄榄枝的动作愈加频繁,合资电视台、投资运营电视节目、开发电视频道、延伸电影产业链,出版广电企业深入融合,全产业链发展的通路正在打开。

# 2014出版产业资本运作6趋势

2014年度  
盘点  
企业行动

中国出版传媒商报记者  
刘志伟

## 1 金融领域合作愈发紧密

一些大型的出版集团在做强主业、多元化发展和培育核心竞争力方面,积累了丰富的经验,在实业投资与资本运作有机结合、推进企业快速发展上,形成了独特的经营和运作模式。在2014年,其深入探索集团化管控模式,推动经营管理改革与创新,频繁展开金融层面的战略合作。

2013年底,中国出版集团与中国工商银行、交通银行、中国农业银行、中信银行、北京银行在京正式签署战略合作协议。双方将通过银企间的双向战略合作,积极实现互惠互利、共建共赢的合作宗旨,推动企业持续长远发展。根据协议,中国出版集团与中国工商银行建立互为主要伙伴的合作关系,开展境内外结算、现金管理、融资、理财等全方面的合作。通过战略合作,引入中国工商银行先进的现金集中管理解决方案,同时通过中国工商银行的机构网络、电子化结算系统及丰富的客户资源优势,建立符合集团公司特色的现金管理网络和管理体系。此外,中国出版集团还与其他四家银行开展融资、理财方面的深入合作,利用银行提供的丰富金融产品,降低融资成本,增加资金收益。

2014年7月,安徽出版集团、安徽省投资集团在合肥签署战略合作协议。根据战略合作框架协议,安徽出版集团和安徽省投资集团在股份制改造和拟投资项目在引进战略投资者等方面,优先考虑双方及所属成员企业参股投资,充分发挥股权纽带作用,实现相互利益最大化。此外,安徽出版集团投资参股安徽省投资集团正在筹建的安徽省首家商业保理公司,并开展业务合作,双方共享项目和信息资源,联合开展融资、投资、租赁和理财业务。两大集团同属国有大型企业,属性相同,体制相通,并拥有各自的资源优势,业态关联和互补性强,此次签署战略合作协议,同时也开创安徽省国有企业借力、抱团发展的新模式。

又如,在2013年,浙报传媒通过非公开发行和自筹资金(银行贷款和自有资金)相结合的方式,以31.9995亿元的价格收购杭州边锋和上海浩方100%的股权,获取3亿个注册用户、2000余万个活跃用户,建设数字娱乐平台,推动传统主流媒体和新兴媒体的融合发展,加快构建互联网枢纽型传媒集团。2013年4月,中国工商银行、中信银行和中国银行等3家银行分别向公司发放贷款,浙报传媒以历年滚存利润2.4亿元支付部分收购款。

## 2 出版制度试水“股权激励”

国内的一些上市的文化企业以及出版传媒单位已经形成了混合所有制的股权结构,但绝大多数尚未实施经营者和骨干员工持股的股权激励制度。推进文化企业以及出版传媒单位的股权激励制度改革,有望成为深化改革中的重要一环。特别是在一些出版项目、选题策划中,进行股权激励则显得可行性更强。

2014年5月开始,黄山书社针对一般图书选题竞标会试点“项目股权激励制”。为了充分调动编辑和营销人员做好书做畅销书的积极性、提高一般图书效益和市场占有率,该社决定试水“项目股权激励制”,即一个一般图书项目允许员工个人投资25%,由投资员工担任项目负责人并牵头组织项目团队,完成市场调研、成本核算、宣传营销、发行推广等工作。如果该项目亏损,员工及其团队承担25%的亏损额;如果项目盈利,员工及其团队则能分享50%的利润额。据悉,黄山书社拿出的6个竞标项目,均来自于法国阿歇特出版集团的优质选题库,类别有科普类、少儿类、文艺类等。黄山书社社长任耕耘介绍说,以往,一般图书的选题由社委会拍板、员工负责执行,社里承担全部经营风险,员工所得奖励与付出也不成正比。因此,该社想通过这种尝试完善激励机制,鼓励他们在经营模式、宣传营销上大胆创新,为出版社开拓更广阔的市场。

相较于上述传统出版社,民营出版机构中开展股权激励制度的则比较多见。这些民营的文化企业以及

面对出版环境和出版业态的变化,众多的有识之士都在开始思考,如何抓住转型的关键期,从而带动企业走上一个良性的发展轨迹。正是在这样的思考中,出版企业纷纷投身创新改革,由单纯的出版商向服务商转型,实现可持续发展的思路。在2014年,资本和金融层面的战略布局和调配备受瞩目。

前几年欧美经济形势不景气以及对中国经济巨大市场的渴求,出现被收购的诉求,使得国内大量资本奔赴海外。2014年出版业出现多个资本整合撬动海外市场的案例,跨境文化并购渐热,成为国际化转型的新形式。

2014年5月,经过近7个月的艰苦谈判,凤凰出版传媒集团收购美国出版国际有限公司童书业务项目尘埃落定,这一重量级的事件也有望为该集团的国际化转型带来新的进展。业内人士预测,作为出版业发展最快的细分领域,国内童书市场一直保持快速增长,不排除凤凰出版通

出版传媒单位甚至已经建立起了较为完善的长期激励制度,从这一层面而言,也倒逼着上市出版集团尽快建立起相应制度。

例如,山东世纪金榜书业有限公司将员工持股视为共享企业发展成果,吸纳工作3年以上的优秀员工以及中层领导成为企业的股东,分红力度为银行定期存款利率的2倍多,而且员工可以根据自身需要随时退股。公司每年一次召开股东大会,允许新入职的员工旁听,入股员工得到的实惠有利于激发新员工的工作激情,在参股的愿望驱动下工作得更加卖力和出色。再如,2008年以来,志鸿教育集团先后将7家子公司独立出来,改组为股份公司,由公司总经理和骨干员工持有部分股份,将员工利益与企业挂钩,现在已经阶段性地完成了股权激励,还将针对股权激励工作进一步完善。通过在工商注册环节就进行公司股份分配,使公司激励对象获得真实股权,并在有条件的公司配合开展普通员工的利润分享计划。又如,北京华图宏阳教育文化发展股份有限公司不仅对高层管理人员实施了股权激励,而且基本做到了中层管理干部、各地分支机构负责人和具有一定司龄的老员工人人持股,充分体现了华图与每一名核心员工分享企业成就的内涵。相似的,北京时代华语图书股份有限公司也在股份制改造过程中鼓励“全员持股”,至于上海童石、全品文化、天域北斗等企业均通过不同形式实现了股权激励。

## 3 文创产业投入力度加大

在文化大发展的新时代,身为文化企业的出版社开始注重传承文化精粹,积极涉足文化和创意领域,在2014年这一现象愈发多见。

2014年1月,商务印书馆宣布涵芬楼艺术馆开馆,标志着老字号商务印书馆首次涉足艺术市场领域。为了全力为读者服务,去年初涵芬楼书店就有了开办艺术馆的想法,经过半年的筹划和准备,书店方面决定改变原有格局。图书仍旧是书店的主营部分,开办艺术馆只是书店经营多元化的一次探索。据馆长刘文哲介绍,今后艺术馆将继续举办以国画艺术为主的展览,有的作品还可以销售。而艺术馆除了举办展览外,还是新成立的“幸福读书汇”的举办地,可谓一举两得。

又如荣宝斋,其新设了西画馆,主要经营杨飞云、艾轩、刘孔喜、罗中立、闻立鹏、罗尔纯等近现代西画家珍品,均具有较高的艺术鉴赏价值和收藏价值。西画馆内还设立了沉香堂,经营海南、越南、印尼等产区极品奇楠香和沉香。西画馆的开业将荣宝斋的经营范围从中国传统书画艺术品延伸至西画艺术领域,同时经营极具历史传统的沉香产品。

相似的,湖南美术社则完成了深圳观澜版画艺术馆的装修,在深圳文博会期间作为观澜版画艺术节的重要活动全新亮相;北京的圣之空间艺术中心也完成了改造升级,使圣之空间具备了艺术展览、艺术收藏、艺术衍生品、休闲的功能以及较为完整的经营模式;长沙的美仑美术馆进行了全面改造,一期工程完成后战略面积和配套设施都达到了一流美术馆的标准,并完成了“艺术长沙”外围展、黄永玉作品展等颇有影响力的重大活动。至此,湖南美术社旗下的三个美术馆:长沙美仑美术馆与深圳观澜版画艺术馆、北京圣之空间艺术中心相继完成了硬件上的升级,标志着出版社初步完成了在地域上的战略布局。

此外,青岛出版集团,其正在积极规划于青岛东部和西海岸城区分别建设以图书销售为主,集休闲阅读、时尚沙龙、艺术品展览经营、高端购物、影视欣赏、数字文化互动、多层次培训、多媒体体验等功能为一体的城市文化商业体验中心,预计2015年动工。由单一内容提供商转变为多元的文化服务商。布局终端服务体系,协调青岛地铁积极开展合作,在地铁沿线及站点,创设小型专业类书店或个性化服务终端,开展文化产品销售、电子图书借阅、下载服务等;在重点的产业园区、高端写字楼宇和有条件的社区开办书吧、培训学校等。通过对终端末梢的渗透,实现文化产品和服务的便利连锁式提供。

过海外并购寻求差异化竞争、反哺国内市场的可能。

相似的跨境并购是在2014年8月,广西师范大学出版社集团成功收购澳大利亚视觉出版集团。其在保持Images品牌独立性的前提下整合资源,借助Images的品牌价值和固有的海外销售渠道实现国内外联动,面向世界打造建筑设计类图书产品,在世界范围内传播中国传统建筑文化与展现中国当代建筑的最新成果。

除却上述传统出版方面的资本合作,数字出版等新领域的资本合作也逐渐涌现。像以色列CDI Systems公司与化学工业出版社在2014年共同成立的合资公司海来数字科技公司就是如此。这家公司的主要业务聚焦在数字出版的创作和传播上,并采用以色列CDI公司的数字出版及版权保护技术,并在2014年8月发布了即将推出的全新电子书平台Bookebook。

此外,黎巴嫩数字未来公司也即将在黎巴嫩首都贝鲁特与安徽少年儿童出版社合资成立的时代未来有限责任公司。在2014年9月的北京国际图书博览会上,该公司总裁默罕默德·哈提卜畅谈了对于出版业跨国战略资本合作的经验和期许,并表示与安社建立在文化丝绸之路和以数字出版为依托的

## 4 参与影视制播渐成风潮

在2014年,与互联网娱乐的紧密联系,使得影视板块的业绩在全年继续强劲增长,影视细分龙头与出版传媒企业纷纷参股互联网公司凸显了这一趋势。不仅仅是互联网对影视电视台的推动效应,消费和内需也是其持续布局影视传媒的重要逻辑。

就播放层面来看。多年以来,日本人气动漫在国内大多没有正版授权的情况非常普遍,日本超人气动画片《妖精的尾巴》终结了在中国无线领域没有正版视频的历史。2014年,江西新媒体出版有限公司斥巨资引进动画片《妖精的尾巴》的无线播放权,由其控股子公司北京百分在线信息技术有限公司运营,并于2014年4月在中国移动动漫平台首发。

而出版企业参与影视制作的案例也有不少。2014年11月,由人民交通出版社策划、出品并拥有自主版权的第一部大型纪录片《中国港口》在宁波港北仑港区正式开机。该片以港口为切入点,纵贯中华民族自近代以来的百年历史,通过记述港口的历史变迁,全方位阐述港口作为中国近代史、经济发展史的缩影。该片拟于明年完成后后期剪辑、制作,将在中央电视台播出。

不仅仅是参与拍摄,时代出版还在尝试基于传统出版内容的二次开发,比如主导剧本改编兼投资、积极拓展影视、推动图书版权与影视的互动经营。中南出版传媒集团则与湖南对影视电视台共同出资设立了湖南教育电视台,其经营范围为主营广播电视节目及电视剧策划、制作、发行以及广告经营、品牌运营等业务。这一事件也标志着中南传媒进军广电领域,有利于公司进一步拓展全新增业务。相似的,金盾出版社创办的金盾网络电视台2014年3月正式开播,其参与投拍的46集弘扬主旋律电视连续剧《幸福双黄线》即将开播。此外,在数字出版支持方面,金盾社与保利通信签订了战略合作协议,利用该社培训中心的空闲房屋建设数据存储基地。并与四川新闻传媒集团签署了业务合作协议,在互联网信息服务上全面合作,做到网络共用、信息共享、盈利分成。

## 5 挖掘地域资源聚合发展

近些年来,越来越多的出版企业开始注重出版格局的地理性布局,考虑自身企业与地域资源的分布和差异,以便提高竞争能力,增强竞争地位,最大限度地去实现总体利益,进而纷纷跳出固有的出版根据地,挖掘其他的地域资源。

2014年4月,南京大学出版社湖南理工学院出版中心成立,希冀全面整合湖南理工学院的出版资源。此外,其还陆续和江苏省内一些城市展开合作,先后成立淮安中心、常州中心、连云港中心等。譬如,常州近年来积极发展以动漫产业为核心的文化创意产业,常州中心与常州银河动漫发展有限公司合作,推出“晶码战士”的品牌动漫图书;同时,常州在乾嘉时期,涌现出庄存与、庄述祖、庄绶甲、刘逢禄等为乾嘉时期的研究《春秋公羊传》的今文经学派。常州中心便策划重版了清末实业家盛宣怀的“常州先哲遗书”,延续常州文脉。

类似的案例,还有上海古籍出版社挖掘金华地方文献,在2014年推出的“重修金华丛书”。在南宋与元代历史上,浙东学术的中心并非在宁波、绍兴、温州等地,而是在古称婺州的金华,直到明中叶阳明心学崛起后,重心始移至绍兴、宁波。因此,该社也颇为看重这一历时7年、耗资数百万元、收录近900种历史文献的煌煌巨著。该丛书的问世带动了一批地方文献的编纂,“衢州丛书”、“宁海文献丛书”、“桐城丛书”、“九江丛书”等都在紧密进行,而编纂方法、体例多借鉴“重修金华丛书”,这也可作为它取得成功的印证。

“走出去E丝路”基础上的合作前景让他充满信心。

另一方面,在集团化的大趋势下,陆续有出版企业先后提出建立“子集团”的构想。而且,有趣的是这些单位多以市场活跃程度较高的少儿出版单位为主。长江少年儿童出版集团在2014年初正式亮相。该集团成立后,正逐渐从少儿出版内容提供商向少儿文教提供商和服务商转型;面向少儿和低幼两个市场,加快进入企业集团化、产品数字化、经营资本化、产权多元化和市场国际化的全新发展阶段。

在2014年12月,另一家少儿出版巨头二十一世纪出版社也宣布成立集团。该集团希望通过实施内涵式发展和外延式扩张,进一步做强做大,加快传统媒体与新兴媒体的融合发展,未来在青少年读物的出版和阅读推广、新媒体和数字出版、动漫游戏、教育培训、电子商务等领域加快推进“产业化、集团化、品牌化、国际化、资本化”发展战略,重塑企业边界。

少儿出版青昧组建子集团,与少儿出版活跃与实力不断增强、竞争激烈程度较高有关。致使出版社需要敏锐地捕捉机遇,谋求进一步做专做强。未来的少儿出版格局则更加令人期待。

此外,一些出版集团加速推进上市融资,对外扩张的需求更加明显。在这样的背景下,出版企业如何利用自身的核心资源,打造全版权运营的产业链,同时采纳诸如股权激励等创新制度,对于业内而言都将是潮流所在。

广西师范大学出版社柳州分社自2013

年成立正式运营一年多来,其主要围绕柳州经济社会发展急需的方面策划产品,譬如城市名片类的“美丽柳州”丛书。据分社相关负责人透露,近两年,柳州分社将主要围绕柳州经济社会发展急需的方面,出版一些产品。下一步,将慢慢拓展业务,包括面向企业甚至个人。等时机成熟后,还将成立具有独立法人资格公司来进行操作,争取策划、设计、编辑、广告以及印刷都在柳州完成。具有这一构思的还有现代教育出版社,其在2014年成立的唐山分社,在唐山广播电视大学正式挂牌。该分社是中国出版集团现代教育出版社在地市设立的第一家分社,填补了唐山市出版业的空白,同时希望深挖唐山市及周边地区教育资源和文化产业。

## 6 众筹、慕课模式探索趋于成熟

“众筹”、“慕课”,类似的概念在2014年越多越频繁地被出版业所提及。以此理念而构建的各类平台已经在悄然改变甚至改造传统出版的流程和模式,或许会成为未来的一股潮流。

2014年的上海书展上,学林出版社的“人文社科学技术著作自出版平台”便引起了业内的关注。该平台运营以后,将通过自助出版吸引自费选题,以众筹项目出版优秀选题,从而扩大学林出版社人文社科学技术著作的选题来源。不仅如此,作者还可以自主挑选图书的设计、销售方式,并挑选一位学林出版社的责任编辑来为其管理审、编、印流程。学林出版社也会筛选合适的项目来发起众筹。譬如,率先在平台上尝试试众筹模式的《早期阿拉伯陶瓷》(学林出版社版),6天内众筹募资17600元,达到总费用的18%。此类小众的艺术类图书,如果没有采用众筹出版的模式,其销量和影响都会受到限制。又如,2014年3月,知识产权出版社正式上线“来出书”图书自助出版平台。该社在9月11日联合多家知识产权类网站同发起了国内知识产权界的首次出版众筹活动,众筹图书名为《智慧财产全球行销获利圣经》,作者周延鹏系台湾地区著名的知识产权专家、富士康集团前法务长。这一平台在近段时期的大力推广,也有望引发专家、学者以及平民读者的出版诉求。

而在慕课平台的建设上,人民卫生出版社于2014年率先行动。其与全国高等医药教材建设研究会,携手北大医学部、协和医学院、复旦大学医学院等国家重点医学院校、科研院所、行业协会,成立中国医学教育慕课联盟,正式启动国内首家医学教育慕课平台的建设。在产品方面,慕课平台和课程建设会基于该社60多年的教学、学术、考试科普产品,20年电子音像产品,以及5年数字出版产品的全方位的协调,以免费平台为入口开发多种产品,打造中国特色的中国医学慕课建设和运营模式;在平台方面,则将中国医学数字出版与国际信息平台、中国医学教育数字出版平台、中国健康科普数字出版平台这三大平台全方位有机整合。

不仅如此,其还将针对组织机构、专家学者的整合,与全国高等医药建设研究会、人民卫生出版社专家咨询委员会、全国高等学校数字教材建设指导委员会以及科普、教育、职业教育、物理教育、考试用书等全部的专家指导委员会,以评审委员会为依托,协调形成慕课的联盟核心和组织机构,有效整合国内外专家资源,支持联盟工作的顺利开展。

河北大抵纸业有限公司为国家秘密载体指定的销毁单位

我公司长期收购造纸原料出版社的报废书本。公司主要产品有：生活用纸、文化用纸、水印和安全线防伪用纸以及火腿底纸、防锈原纸、育果袋纸等工农业用纸四大系列。

电话：010-60259488 联系人：王冬梅  
手机：13501362711