

“书香警营”为警察提供文化大餐

中国出版传媒商报 由北京市公安局刑事侦查总队、北京市新闻出版广电局主办，商务印书馆承办的书香中国·北京阅读季“书香警营”暨“书香警营大讲堂”活动近日在京启动。北京市新闻出版广电局副局长张苏，北京市新闻出版广电局公共服务处处长王亦君，商务印书馆全民阅读促进中心秘书长何光宇，北京市公安局政治部副主任张凤雨，北京市公安局刑事侦查总队队长袁林、政委边宝琪等出席活动，来自北京市刑侦系统的200余名民警代表参加活动。活动由北京电台主持人米夏主持。启动仪式之前，著名作家、湖南省作协副主席余艳为首期“书香警营大讲堂”开讲。启

动仪式上，北京阅读季·警营书架正式揭幕。来自北京阅读季捐赠的1000册图书摆满书架，其中包括习近平新时代中国特色社会主义思想类、警务文化类、人文经典类好书。

北京市新闻出版广电局相关负责人介绍了北京阅读季开展情况。书香中国·北京阅读季作为国家级阅读品牌活动，已发展成为首都文化建设的新名片和全国全民阅读的新典范，初步形成了书香机关建设的“北京模式”。书香警营建设作为书香机关建设的重要组成部分，将以聚焦服务阅读为主线，关心和支持公安工作，关心关爱公安民警，提升人民警察在阅读中的获得感、幸福感和荣誉感。

据悉，北京阅读季·书香警营活动启动后，将通过开展契合警营文化主题的阅读活动，丰富活动内容、创新活动形式，为人民警察提供丰厚的文化大餐。(温珮凌)



2018年，21家上市书企稳步发展，数据彰显出行业整体实力——仅从半年报来看，21家上市出版发行企业净资产、营业收入、净利润各项数据总计均呈增长态势，尤其是净资产总额增幅更是达到2位数。与此同时，各家坚持把社会效益放在首位，体现“出版力”“创新力”“品牌力”“转型力”，彰显文化企业的责任与担当。2018年，各家出版上市公司在主业尤其是主题出版方面重点发力，服务党和国家的工作大局，推出社会效益、经济效益俱佳的精品力作；将融合创新融入观念、意识、方法，全面推进数字化转型升级；向以内容为核心的多元文化产业领域拓展，探索新的利润空间和发展空间；围绕“一带一路”国家倡议，布局沿线国家，放眼国际出版集团，拓展全球市场，提升海外影响力。

上市书企做大增量做高品质

关键词 上市书企 精品出版 全产业链
中国出版传媒报 记者 田红霞

壮大出版主业

聚焦主题出版 做好精品出版工程

坚持正确的出版导向，是做好出版传媒工作的重要前提。2018年是我国改革开放40年，也是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的开局之年。各上市出版发行企业继续壮大出版主业，高度重视主题出版、精品工程等工作。

中国出版集团作为出版“国家队”，始终将导向意识放在首位，引领出版风向。中版集团所属各单位获第4届中国出版政府奖奖项34项，2种图书入选2017年度“中国好书”，10种出版物入选国家新闻出版署2018年全国青少年推荐百种优秀出版物，图书市场占有率继续保持全国领先。围绕中心、服务大局，弘扬传播正能量，公司组织策划了100余种主题出版重点选题，推出了《中华人民共和国宪法》《中国文化精神的特质》《改革开放以来的中国经济：1978-2018》《楼兰啊，楼兰》等一批“叫好又叫座”的主题产品。

时代出版坚持把社会效益放在首位，以精品出版为核心，成立编辑委员会、设立出版专项基金，不断创新思路、创新举措、创新精品出版工程。2018年共有3种图书入选原国家新闻出版广电总局中华优秀传统文化普及图书，入选数量位居地方省份出版企业第一；5种图书入选2018年国家新闻出版署向全国青少年推荐百种优秀出版物；《混合所有制经济新论》等11种重点出版项目入选国家出版基金，入选数量创历年最多，其中黄山书社入选数量位居全国地方出版社第一，创历年最好成绩。

辽宁出版集团落实精品出版战略，持续完善出版管理机制，制定出台了《主题出版工作实施意见》《图书编校质量保障规定》《书号管理办法》等制度，确保出版物内容安全和编校质量提升，推动重点选题、原创出版的打造。通过实施“精品出版工程”战略，出版主业整体实力进一步提升。出版传媒2018年有17个项目入选国家出版基金，入选数量较去年提高70%，获得资助资金较去年增加了2.5倍。

中原传媒进一步强化出版主业地位，持续围绕“双十计划”“双百精品”及“四个一”出版工程，集聚资源，打造精品。下属出版社出版的《花儿与歌声》《梦与真》《中国三十大发明》入选2017年度好书；“中国大科学家故事丛书”入选国家年度主题出版重点出版物；“中国创造故事丛书”《我是谁》等入选2018年全国青少年推荐百种优秀出版物；《中国火车头》等入选中原文艺精品创作出版工程项目；《中国共产党精神史》《中国改革开放全景录》等20种出版选题增补列入国家“十三五”重点出版物规划。中原传媒下属出版单位整体排名及细分市场市场占有率均有不同程度提升。

南方传媒各单位把出版宣传庆祝改革开放40周年的出版物作为全年的重点工作。《广东改革开放发展史》《口述改革史》《改革开放：40年的40个中国成就故事》入选中宣部庆祝改革开放40周年重点图书选题。市场图书呈现稳步上升的良好态势。

推动融合发展

以重点实验室为抓手 平台建设爆发增长

近年来，国家在数字阅读领域进行了全面部署，制定政策保障引领，有效促进产业优化升级。20家国家出版融合发展重点实验室陆续挂牌运营，55家出版单位被确定为专业数字内容资源知识服务模式试点。传统出版单位加快探索步伐，推动出版与各方面深度融合，积极推进转型升级。

传统出版传媒企业在融合发展上持续发力。中国出版集团“中版集团数字化综合运营平台”完成二期项目建设任务，“晓知识”平台2018年5月上线。中版集团下属商务印书馆、中华书局、中国大百科全书出版社3家单位入选原国家新闻出版广电总局第二批专业数字内容资源知识服务模式试点单位；世界图书出版公司、中版集团数字传媒有限公司、东方出版中心、生活·读书·新知三联书店4家单位入选知识服务模式(综合类)试点单位。“中华经典古籍库”“译云”“译见”“易网通”等数字资源工程成绩显著。

中国科传在专业学科知识库、数字教育云服务、医疗健康大数据三大业务方向上继续发力，加速推进向知识服务转型并取得突破性进展。“科学文库”增加了维度分类“中科云教育平台”和“爱·一课平台”，2018年新增用户万余人；“中科医库平台”汇聚100余家国内知名医疗机构与上千位专家的临床资源以及大量的图书期刊资源。

长江传媒以“党员知家”智慧党建知识服务平台与全民阅读产品应用推广为抓手，加快知识服务产品线建设。丰富和完善两课服务体系，构建“教材+平台+移动端”运营模式，通过“移动端”向学生和师长延伸。

皖新传媒2018年上半年加快探索共享模式迭代升级。“阅+”共享书店在安徽、上海等地新开设9家门店，累计开业门店达37家；推出皖新K-12教育云·智慧学校整体解决方案；旗下新知数媒致力于“美丽科学”数字教材的研发与出版，中小学数字资源已在全国近千所学校应用示范；营销团队近200次入校运营，推进“皖新十分钟学校”数字教育解决方案落地。

读者传媒加快数字出版转型步伐，转变生产方式。2018年上半年，数字版《读者》月均发行145万册，比去年同期增长9.7%。“微读者”粉丝达到410万，比去年同期增长41.37%。5种期刊数字版月均发行36万册，比去年同期增长24%。《读者原创版》公众号用户增长近32万人，品牌推广和线上销售效果明显。

中原传媒ADP5“大象数字出版与教育融合服务平台V2.0”目前已具

备统一支付、统一大数据分析等能力，“大象e课数字服务平台”累计服务用户90余万人，“大象智慧题库”已完成产品化开发。

数字出版、融合发展的出版传媒企业经营数据在2018年上半年表现尤为亮眼，以数字出版为主业的中文在线，3项主要指标同比增速均超过40%。公司引领“全媒体出版”模式，一种内容、多种媒体、同步出版。自有渠道覆盖用户超8000万，合作渠道间接覆盖用户数以亿计。

掌阅科技2018年自有数字阅读平台“掌阅”APP平均月活跃用户数约1.1亿；通过大数据构建基于用户兴趣和行为模式的书籍推荐机制，有效提高了内容分发效率；推出了超级VIP功能以及“订阅号”板块。2018年4月，掌阅科技发布iReader T6新一代纯平电子阅读器产品，进一步提升产品品质。

延展产业价值链

布局游戏产业 放大IP运营

出版传媒企业继续从以内容为核心向与内容相关的多元产业拓展，整合优势资源，实现联动发展、融合发展，探索新的利润空间。在壮大出版主业发展的前提下，已经向游戏产业转型的中文传媒、天舟文化凭借游戏板块的高毛利率取得较好成绩。中南传媒、南方传媒、中文在线等依靠优质的版权资源，打造大IP全媒体运营模式。

中文传媒新媒体新业态板块继续成为公司稳定的利润增长点，智明星通已成为互联网国际企业的标杆企业。《列王的纷争》在2018年上半年热门中国出海游戏榜中位列第3；智明星通旗下星游科技于2018年2月与安徽芜湖叠纸签订国产角色扮演手游代表作《恋与制作人》手游代理协议。此前，智明星通已成为叠纸科技开发的国内二次元手游《奇迹暖暖》的海外代理，该手游海外版进入欧美逾50个国家游戏畅销榜，流水达千万级。另外，智明星通正在对游戏界的知名IP《使命召唤》等进行开发，力争打造出精品游戏并确保游戏的长效运营。

中南传媒以IP资源为核心，持续深化全媒体运营。岳麓书社推进面向中小学的语文课外阅读产品“名家讲名著”系列，已出版产品19种，与优酷土豆合作的“唐浩明讲解曾国藩”系列节目第一季完成录制，与“婷婷唱古诗”合作的《小学生必背古诗75首》销售喜人。湖南科技出版社启动“第一推动丛书”解读音频系列出版项目。湖南少儿出版社围绕“笨笨”和“青蛙弗洛格”加快探索IP运营。中南博集影业《金牌投资人》在湖南卫视播出，《法医秦明2》上线芒果TV等多个平台，收视口碑俱佳。

南方传媒将“新周说世”线上知识分享沙龙、“繁象”系列周边品牌、“新周猫”IP三大重点项目，作为新一轮的全媒体运营改革，通过粉丝经济构建“新周刊”IP为核心的媒体生态。其中《新周刊》实现“新周刊”IP品牌的全媒体输出。

辽宁出版集团利用优势资源，依托原创IP，深度挖掘市场，完善产品结构，孵化和培育文化衍生品业态。2018年围绕六小龄童及西游IP，投资并发行《一带一路重走玄奘路》大型纪录片，运营六小龄童图书签名店以及行者禅文化店，进行周边文创产品的开发及销售；以儿童文学家曹文轩为核心进行图书、VR、音频的开发；围绕音乐大师朗朗，开发以教材、礼品书、推荐书等B2B产品为主的新品牌书系。

新经典在战略部署上继续剥离图书分销业务，加大整合优质资源向自有版权业务的投入，围绕IP运营的影视剧《人生》《敦煌》《阴阳师》等正在剧本筹划阶段。2018年，新经典新增自有版权图书百余种，其中《假山山庄》《偶遇》《黎明之街》等图书先后登上各类图书畅销榜单。《百年孤独》《窗边的小豆豆》《活着》等等常销品种持续热卖。

青岛出版集团旗下城市传媒版权资产积累势能放大。以《中国江河流域自然与人文遗产影像档案》《世界文化遗产全集》为核心的“人文艺术影像数据库”汇集近百万张优质人文艺术、自然地理图片；以《云石窟全案》为核心资源构建的“云冈全媒体出版”项目，已囊括数据库、VR情景还原、3D打印石窟、云冈书房、影视纪录片等多种呈现载体；《中国木版画》等构筑的中国民间文化艺术板块已初步形成体系，并在文艺研究、文学创作、文创开发、移动媒体应用等领域深度融合延展。

2018年上半年，天舟文化移动网络游戏业务营业收入占总收入的72.55%，营业总收入和股东净利润均实现2位数增长。2018年下半年向发行业务发力，《长生原》等产品将陆续上线。IP合作和储备方面，在原有《大主宰》的基础上新增《寻秦记》等IP，并积极探索影游联动、文游联动的模式，深入挖掘游戏与IP价值，部分IP资源游戏处于研发和上线阶段。

谋划资本运作

“文化+”促动资本内容平台对接

2018年出版传媒企业依然将资本运作作为一大重要部署，通过加快并购、投资参股等方式，拉动主要数据增长，影响出版产业格局变化。

南方传媒加快出版业供给侧结构性改革。2018年上半年，南方传媒旗下广东新华发行集团完成对广州银行的股权投资，并积极推动新华书店网点与广州银行网点合作，共同探索“文化+金融”新路径。同时，根据“政府引导，市场运作”的模式，利用上市公司平台，积极稳妥推动广东省内出版发行资源的整合。

时代出版与懒人听书及其控股股东阅文集团合作，入股懒人听书，积极构建“由视听到互联”“由立体到全媒体”的出版大格局，推动资本对接、内容对接、平台对接，培育新的利润增长点。

中文在线营业收入增长的一大重要原因在于并购完成晨之科游戏的广告收入增长，以及公司原有数字阅读与广告业务收入增长。

新经典2017年10月完成对Pageone书店的收购后，有序开展新店开业筹备和老店改造等工作。2018年，Pageone多次举办展览、音乐会、读书沙龙等文化性活动，将优质内容以多样化的方式传递给消费者，目前已成为北京市具有较高知名度和影响力的书店。

2018年天舟文化通过并购和投资参股的方式，完成了对海南奇遇天下网络科技有限公司的收购和广州四九游网络科技有限公司的投资，加大公司在发行环节的布局，继续将游戏做大做强，争取利润空间。

拓新“走出去”模式

国际编辑部模式创新 提升海外影响力

2018年，各出版传媒企业将“一带一路”国家倡议落到实处，通过建立“海外编辑部”“外国人写作中国计划”，以及利用北京国际图书博览会、法兰克福书展、博洛尼亚童书展等平台，积极探索出版“走出去”新模式，加强国际合作，提升中国出版业在国际上的影响力。

中国出版力推国际编辑部模式，做实做优海外传播。2018年8月，中国出版传媒股份有限公司在京召开了“首届国际编辑部年会”。自2016年以来，旗下中译出版社、中国大百科全书出版社、商务印书馆、中国民主法制出版社先后与13家海外出版商签订成立20个国际编辑部的合作协议，中外双方共同策划中国主题图书，进入外方当地主流渠道，取得了良好成果。

2018年山东出版积极贯彻落实国家、山东省关于“走出去”工作重要精神，继续按照“以项目促传播、以平台助版贸”的工作思路，搭建全新版贸平台，努力提升山东出版图书和项目的国际传播力和影响力。2018年10月，山东出版集团代表团应邀访问韩国，就筹备参加2019年6月的首尔国际书展并举办“一带一路”版贸会走进韩国”的相关事宜，同韩国出版界进行了交流和商洽，签署了相关合作协议和版权输出协议，如与大韩出版文化协会签署了“中韩出版产业交流协议”等。2018年4月和6月山东出版成功策划参与中国阿语地区“一带一路”版贸会和“一带一路”版贸会走进中东欧活动，下属各出版单位与国外出版机构共签订152种图书的版权协议(其中输出107种，引进45种)。

凤凰传媒坚持“引进来”和“走出去”并重，加强创新能力开放合作。2018年上半年引进输出比例在1.5:1的基础上进一步提升，共输出版权185种，引进版权191种，全年输出指标(260种)已经完成71%。其中，向“一带一路”国家输出品种90种，占上年输出总量的48.6%，接近一半。输出引进比1:1.03，严格控制在1.5:1的范围内。

南方传媒所属各出版社主动出击，与来自世界各地的出版机构开展版权贸易洽谈，共达成130项成果。实施“立足广东、联通港澳、深耕周边、拓展欧美”的国际传播策略，发挥广东特色和优势，不断开创“走出去”新局面。

时代出版目前已形成版权输出、国际合作出版、出版物实物出口、文化服务贸易、境外投资等“走出去”板块，辐射100多个国家和地区。2018年北京国际图书博览会上，时代出版版权输出500余项，连续9年图书版权输出名列前茅，并荣获2018BIBF优秀版权贸易输出奖。

新华文轩2018年上半年共达成91项版权输出，同比增长34%，输出地域涉及美国、法国、俄罗斯等20个国家和地区。旗下出版单位首创了合作出版与版权置换的商业模式，实现《我爱熊猫》《我们的竹林》等品种落地欧美主流国家。

2018年8月，长江传媒旗下湖北教育出版社和马来西亚利利出版社再次携手，筹建“长江传媒东南亚出版中心”，进一步加强与东南亚出版机构在文化、教育等方面的深度合作，推动国内校园足球教材首次“走出去”。不可否认，从整体行业来说，2018年上半年行业营收、净利润等主要经营指标仍保持小幅增长，但行业毛利率和资产周转率等指标却整体下滑。在整体经济形势下的情况下，出版业面临考验。

表1 2018年1-6月上市出版发行企业净资产、营业收入和净利润

	净资产(亿元)	同比	营业收入(亿元)	同比	净利润(亿元)	同比
中南传媒	128.73	1.52%	41.61	-15.70%	6.36	-28.00%
凤凰传媒	127.87	3.07%	53.76	0.86%	7.77	-0.58%
中文传媒	125.02	8.65%	60.08	0.27%	8.52	7.24%
皖新传媒	98.22	8.44%	43.77	15.59%	8.74	5.27%
山东出版	89.47	66.61%	44.02	11.08%	7.46	10.51%
新华文轩	81.47	1.91%	35.78	12.29%	4.49	-9.85%
中原传媒	73.29	7.83%	40.98	7.64%	3.44	6.38%
长江传媒	64.38	9.86%	52.35	15.30%	4.84	27.19%
中国出版	56.57	33.90%	20.50	18.53%	0.87	123.75%
南方传媒	49.53	33.38%	22.84	6.66%	2.56	16.20%
时代出版	46.88	-7.36%	29.50	-16.58%	1.71	11.61%
天舟文化	42.92	-3.01%	4.05	11.66%	1.37	24.05%
中文在线	37.35	45.26%	4.24	42.66%	0.52	140.80%
中国科传	32.22	8.78%	9.20	14.31%	1.13	26.02%
新华传媒	26.40	1.10%	6.12	-8.37%	0.22	3.47%
城市传媒	24.77	9.87%	10.45	12.49%	1.6	15.57%
出版传媒	20.73	6.00%	10.61	16.49%	0.63	9.64%
读者传媒	16.81	1.89%	3.08	-4.68%	0.14	-59.96%
新经典	15.63	12.60%	4.45	-3.19%	1.09	0.97%
掌阅科技	10.53	31.89%	9.37	18.20%	0.78	15.33%
世纪天鸿	4.23	66.69%	1.09	6.56%	0.07	46.53%