

世纪出版集团借势五五购物节书香表诚意

中国出版传媒报讯 为积极响应参与上海五五购物节,丰富市民精神文化生活,世纪出版集团旗下12家出版社于5月1日~5日,在集团所属上海古籍书店、艺术书坊、朵云书院旗舰店、朵云书院广富林店、思南书局复兴中路店、思南书局诗歌店6家实体店及思南小广场的“朵云书集”举办“五五购物节,书香表诚意”活动,精心组织涵盖传统文化、社科学术、文学艺术、少儿科普等内容的万余种精品图书,以5.5折巨惠读者。

这批展销图书中既有聚焦防疫抗疫类主题图书,如上海科学技术出版社的《张文宏教授支招防控新型冠状病毒》、上海科技教育出版社的特别纪念版《大流感》、上海教育出版社的《1918年之疫:被流感改变的世

界》、上海译文出版社的《血疫》《鼠疫》《世纪的哭泣——艾滋病的故事》;也有纪念浦东开发开放30周年主题图书,如上海文艺出版社的《浦东人家》《在这片热土上——浦东开发开放30年诗选》;还包括如上海人民出版社出版《汉武帝和他的时代》等一批重点新书,上海辞书出版社《梁思成林徽因影像与手稿珍藏(中英对照)》、上海古籍出版社《远方图物:早期中国神灵考古探索》等一批聚焦中国传统文化图书,以及少年儿童出版社的“麦田精选图画书系列”等少儿精品图书。

活动期间,除世纪版图书外,上海古籍书店、艺术书坊还推出部分指定图书,所有进口版图书和文创产品7折销售。世纪朵云开展线上线下同步5.5折销售活动。同时,世纪朵云还与中国银行合作,推出“满100减30”的活动,折后再满减,给读者提供更多优惠。5月4日,思南书局变身“深夜书店”,营业至晚上12时。(穆)

(上接第1版)

趋向一

营收利润双增 整体增速趋缓

据统计,2019年有10家出版发行上市公司总资产超过百亿,其中凤凰传媒、中文传媒、中南传媒均超过200亿,南方传媒一跃成“百亿方阵”新晋成员。22家出版发行上市公司共实现营业收入1149.04亿元,剔除新上市的中信出版18.88亿元,共1130.16亿元,同比增长1.74%;总净利润为120.57亿元,剔除中信出版2.51亿元,共118.06亿元,同比增长19.83%。

从营业收入这一关键指标来看(详见表1),凤凰传媒、中文传媒、中南传媒3家规模仍位列第一阵营,均破百亿;读者传媒、中国出版、南方传媒同比增速亮眼。长江传媒、中文在线、皖新传媒营收同比下滑明显,在10%~30%之间,其中原因各有不同:长江传媒和皖新传媒主要由于业务结构调整,前者进一步主动缩减大宗贸易业务及木浆等物资贸易业务规模,如剔除该项因素,出版发行等主业收入较上年度增长7%;后者进一步压缩了盈利水平较低业务的规模;中文在线则是广告业务及游戏发行业务收入大幅下降。

一般图书业务的经营情况显示书企的市场化程度,也是企业核心竞争力的集中体现和营收增长支撑。此次年报中,大多数公司公布了一般图书业务收入,其中,中文传媒以41.59亿元领跑,凤凰传媒、中南传媒、皖新传媒、中国出版的一般图书营收均超20亿元。

归属母公司股东净利润方面(详见表1),中文传媒再次以17.25亿元登上榜首,山东出版、凤凰传媒、中南传媒、新华文轩也均达到两位数。新华文轩是“10亿方阵”新晋成员,主要得益于图书出版、阅读服务及教育服务等业务销售增长带来的毛利增加,以及开展的资本业务确认的投资收益和公允价值变动收益同比增长等因素。除天舟文化、中文在线由于上一年度净利润大幅下降使得2019年同比增幅显著提升外,读者传媒、新华文轩、中信出版也表现较好,同比增长均在20%以上。尤其是读者传媒归属母公司股东净利润增速超50%,主要得益于内外同时发力——对外通过加大市场拓展力度,推动线上线下多渠道经营,图书、教材教辅收入实现较快增长;对内通过强化管理实现了对主营业务生产成本的有效管控,从而使得期刊、图

书、教材教辅毛利率较上年同期均有不同幅度的增长。皖新传媒、新华传媒、时代出版、出版传媒、新经典5家净利润均出现不同程度下滑,其中皖新传媒进一步压缩了盈利水平较低业务的规模,不再实施创新型资产运作项目,对部分产品计提减值,较大程度影响了当期利润。22家上市出版发行企业中,仅中文在线受营业收入下降以及资产减值影响,出现净利润亏损。

从利润率来看,共有12家出版发行上市企业利润率超过10%,新经典以25.97%排在首位,但随着线上渠道频繁发起促销活动,新经典的促销费用较上年有所增加,公司主营业务毛利率同比下降了0.77个百分点。

趋向二

主题出版“大年”发力 市场竞争力增强

2019年是新中国成立70周年,是2020年全面建成小康社会、“十三五”规划收官的关键之年。出版业供给侧改革持续深化,高质量发展进一步成为行业共识、行动指南——上市书企坚守主业,不断强化原创能力,优化品种结构,压缩无效供给,从高速增长向高质量发展转变,优势板块深耕细作的成果越发显现。

2019年中宣部印发的《图书出版单位社会效益评价考核试行办法》,强调坚持正确政治方向、出版导向、价值取向,聚焦内容生产,鼓励多出精品,提高出版质量,坚持定性评价和定量考核结合,推动图书出版业持续健康发展,引发行业高度关注。

2019年可谓主题出版“大年”。围绕新中国成立70周年、脱贫攻坚、全面建成小康社会、建党100周年等主题出版重大选题,各出版发行上市公司集中发力。这一年,中国出版策划主题出版选题200余种,5种图书入选中宣部2019年主题出版重点出版物,2种期刊入选“新中国成立70周年”期刊主题宣传引导资助项目。

一些上市书企通过顶层设计,加大对重点图书、精品图书的扶持力度,成果显著。如山东出版组织修订完善了《重点出版项目专项扶持资金实施办法》,2019年度对评审筛选出的36个重点项目给予1124万元的专项资金扶持。2019年共获国家大奖及入选各类国家重点出版项目、规划145项,同比增长34.3%。

注重品牌开发与维护,好书不仅要“叫好”,还要

“叫座”。出版传媒围绕品牌书、畅销书和常销书,加强重点选题规划,实现年销30万册以上的8种、10万册以上的66种、5万册以上的111种。中文传媒结合江西特色,出版了一大批弘扬主流价值、双效突出的优秀作品。其中,《回望峥嵘读初心——发生在江西红土地上的100个经典革命故事》累计销售30万册,收入约1000万元;《跨越时空的井冈山精神》累计销售100万册。

主题出版、精品出版无疑是未来一段时间出版业高质量发展的重要抓手,通过近年来借力项目扶持和资助“底气”而积累出的实践经验,期待更多书企在市场的竞争中磨砺出更强的筋骨,让社会效益和经济效益再上台阶。

趋向三

挖掘多元渠道价值 品牌影响力提升

从2019年报看,同时拥有出版、发行业务的上市公司,普遍重视新兴技术应用,加快门店升级改造,持续推动渠道终端下沉,全面拓宽线上、线下、中盘配送等发行渠道,提速发行体系“一张网”建设。

报告期内出版传媒的发行板块表现可圈可点,“盛文·北方新生活”抚顺、大连、锦州、鞍山项目相继运营,填补区域大型文化商业综合体空白,树立城市文化新名片;在辽宁全省大学布局连锁店加快推进,11家校园店秉持“一业为主,多元经营”的理念,打造了一店一特色的“盛文·高校联盟”新典范。

持续创新“阅+”新零售体系,皖新传媒2019年共享书店新增58家,全国累计达111家,总运营面积超8万平方米,借还册次达720.9万;通过创新社区文化服务模式,推出“阅+优选”社群电商服务,通过小程序为用户提供文化、生活产品电商服务。通过引入特色文创、精品培训等优质产品服务,实体门店、城市阅读空间、社群电商等构成的多元渠道流量价值得以进一步挖掘转化,文化消费新零售体系逐步成型。

加强技术手段普及,创新书店智能化应用,为升级服务水平找到新抓手。新华传媒在2018年港汇店试点自助售书、货架管理系统的基础上,新华连锁2019年又在15家门店投放“智能多点触控自动购书机”。

打造多品牌、多业态的现代阅读服务网络体系,提升实体店阅读服务能力和经营能力是新华文轩

2019年集中力量想要做好的一件大事。这一年,新华文轩持续完善实体店网点布局,夯实多品牌发展格局。年内新开、升级改造门店共13家,面积1.2万余平方米。

健全网点布局,开展多元营销,也使得各项业务取得新成效、新突破。南方传媒全年新开门店7家,新建及改造校园书店23家,在特色终端建设上,打通服务乡镇最后一公里,全年新建乡镇发行网点50家;建成各类型阅读空间58家,其中党员阅览室31家;建成新时代文明实践中心25家;南国书香节以“悦读·为祖国喝彩”为年度主题举办文化活动近800场。报告期内,南方传媒发行板块实现营业收入36.5亿元,增长24.4%。

综观2019年报与2020年一季度报,一个略显沉重而紧迫的话题再度引人深思——多年来,传统书企的数字出版、在线教育等相关业务发展缓慢,融合发展方面也未有效之有效的盈利模式,甚至相关数据在年报中很少体现,所占比重极低。此次疫情大考,倒逼上市书企重新思考数字出版、融合出版布局,期待全行业以底线思维、危中察机,化危为机,2020决战攻坚,交出一份满意的答卷。

表1 2019年出版发行企业上市公司营业收入及归属母公司股东净利润表 (单位:亿元、%)

股票简称	营业收入	同比增长	净利润	同比增长
凤凰传媒	125.85	6.76	13.44	1.41
中文传媒	112.58	-2.21	17.25	6.57
中南传媒	102.61	7.16	12.76	3.05
山东出版	97.67	4.45	15.44	3.98
中原传媒	94.98	5.5	8.29	12.29
新华文轩	88.42	8.01	11.39	22.19
皖新传媒	88.33	-10.16	5.57	-48.75
长江传媒	76.71	-25.97	7.86	7.32
南方传媒	65.25	16.58	7.33	11.87
时代出版	64.71	0.54	2.33	-29.34
中国出版	63.15	18.36	7.03	16.67
出版传媒	27.11	15.62	1.48	-16.57
中国科传	25.08	12.73	4.65	9.56
城市传媒	23.14	6.65	3.75	7.62
中信出版	18.88	15.56	2.51	21.56
掌阅科技	18.82	-1.09	1.61	15.57
新华传媒	13.47	-3.21	0.21	-35.00
天舟文化	12.40	10.08	0.31	102.88
读者传媒	9.72	27.76	0.65	52.21
新经典	9.25	0.08	2.40	-0.22
中文在线	7.05	-20.34	-6.03	60.01
世纪天鸿	3.86	1.12	0.34	5.67



英国红房子儿童图书奖获奖作品 世界插画大师科奇·保罗经典作品

温妮女巫魔法绘本

在幻想世界中释放孩子的想象力

被译成30种语言
全球畅销1000万册

澳大利亚国宝作家 瓦莱丽·托马斯
世界插画大师 科奇·保罗
获奖无数的翻译家 任溶溶

100位名师/100位推广人/100家绘本馆 鼎力推荐

第二届温妮女巫全国儿童
绘画征集评选“温妮的环球
旅行”正在进行中



扫码了解详情

精装珍藏版共21册 适读年龄: 3-9岁
随书附赠故事光盘及精美导读手册
(内含“温妮魔法世界大揭秘”)



请关注外研童书微信公众号
fltrpchildren



外语教学与研究出版社 少儿出版分社

微博: <http://weibo.com/fltrpcb>
电话: 010-88819532