

## 产经视线

## 加速向复合业态转型

## 中文传媒2022年实现营收102.36亿元

□本报记者 左志红

中文天地出版传媒集团股份有限公司(以下简称中文传媒)日前发布2022年年度报告。年报显示,2022年,中文传媒实现营业收入102.36亿元,资产总额287.31亿元;扣非后归属于上市公司股东的净利润17.32亿元,同比增长35.48%;经营活动产生的净现金流量为20.84亿元,同比增长15.52%。

从年报看,中文传媒经营业绩稳健增长,盈利能力持续提升,加速向复合业态转型。

## 出版板块营收达38.35亿元

年报显示,中文传媒的出版、发行、教材教辅等传统主业经营业绩保持稳定,凸显了主业的“压舱石”地位。2022年,出版板块实现营业收入38.35

亿元,毛利润7.7亿元;发行集团实现营业收入59.10亿元,归母净利润9.38亿元。

2022年,中文传媒共荣获国家级、全国性荣誉175项。其中,现实题材长篇小说《琵琶图》荣获第十六届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖。《江右文库》项目已审议通过编纂出版总体方案和编纂体例,并顺利完成“方志编”通志卷等第一批图书的编纂工作,完成通志卷13册图书的编审工作。

## 版权输出431项涉32个语种

近年来,中文传媒优化渠道布局,创新营销方式,综合竞争力和市场占有率持续提升。据开卷公司分析,中文传媒2022年在全国零售市场实洋占有率为

2.98%,同比增长0.02%,实洋品种效率为1.95,继续位列全国第一方阵。其中网店渠道实洋占有率为3.25%,逆势增长0.12%。旗下二十一世纪出版集团通过直播实现了自身营销生态的深刻变革,抖音自营直播快速成长,全年实现销售码洋超1700万元。

值得一提的是,通过加强国际传播能力建设,中文传媒2022年实现版权输出431项,涉及32个语种、35个国家和地区,旗下8家图书出版社全部入围2022年中国图书海外馆藏影响力出版100强,所获荣誉和奖项入选数均创历史最好成绩。

## 新业态新机制赋能高质量发展

为推动公司数字化转型,赋能高质量发展,中文传媒已成立数字化建设工作领

导小组,启动数字化规划方案建设,加速向“一业为主、多元兴业”的复合业态转型。

2022年,中文传媒大力推进基于大数据分析平台的现代出版物流中心项目建设,试水江西省首个践行国家文化数字化战略的重大文化项目——滕王阁江右文化数字体验馆。此外,中文传媒控股子公司智明星通处置北京江娱互动股权项目,获得3.03亿元税前投资收益的丰厚回报,确保国有资产的保值增值。

中文传媒以大中华寻宝记项目组为代表的37家“三制”(事业部制、项目部制、工作室制)机构,通过有效营销、服务读者、IP延伸等举措,2022年实现发货码洋近5亿元,取得4年销售翻了4倍的好成绩。智明星通顺利完成混合所有制改革暨引入合格投资者,并实施第一批员工持股工作。

## “五一”档电影票房超15亿元

## 为近年同期调查档期满意度最高值

本报讯(记者李雪昆)5月4日,《中国新闻出版广电报》记者从国家电影局获悉,据初步统计,2023年“五一”档(4月29日至5月3日)电影票房为15.19亿元,观影人次为3763万,国产影片票房占比为86.52%。票房前3名影片分别为《人生路不熟》(5.13亿元)、《长空之王》(4.66亿元)、《这么多年》(1.73亿元),《检察风云》《新猪猪侠大电影·超级赛车》《惊天救援》《倒数说爱你》《长沙夜生活》分列“五一”档国产影片票房榜

第四至八位。

今年“五一”档新上映影片数量达18部,为同期之最,涵盖军事、喜剧、爱情、灾难、律政、动画等多种类型,满足了不同观众群体多样化的观影需求,充分展现出我国电影人的创作活力和电影市场的复苏向好。

中国电影艺术研究中心联合艺恩推出的中国电影观众满意度调查·2023年“五一”档调查结果显示,电影观众满意度得分83.3分,为近年来同期调查的春季及

“五一”档期满意度最高值。档期调查的7部影片均进入“满意”区间(≥80分),《长空之王》以84.7分领衔,《人生路不熟》《惊天救援》满意度均超83分,分列第二、第三位。

同时,旅行、烟火气也是今年“五一”假期的关键词,《人生路不熟》和《长沙夜生活》均是以日常生活为底色创作的治愈向影片,与当下假日氛围高度契合。《人生路不熟》是档期内唯一一部喜剧片,有笑有泪的“卡车旅行”让观众轻

松治愈,观众满意度83.3分,居档期第二位。《长沙夜生活》主打城市风土人情,与今年“五一”假期的热点话题相呼应,满意度82.3分。

今年“五一”假日出游的火热,在一定程度上对档期影片整体传播氛围造成冲击。与2023年春节档相比,“五一”档传播度下滑6.7分。这种下滑不利于影片口碑扩散,在一定程度上影响了档期整体和部分高满意度影片的票房势能释放。

## 钟书阁举办创立十周年体验日活动

本报讯(记者金鑫)10年前,第一家钟书阁实体店在上海松江泰晤士小镇开业;10年后,钟书阁已经在全国29座城市开出43家分店,成为中国实体书店响当当的品牌。近日,钟书阁在上海举办“钟书拾光,向新而行——钟书阁十周年体验日”活动,邀请读者重回品牌诞生地,畅享书店新体验,感受钟书阁一路“向新而行”的力量。

当天,钟书阁特邀20位知名出版社的资深编辑与读者面对面交流,分享图书“构想——创作——面市”的故事,并深度解析作者的思想和图书想要表达的精华。初次参加活动的王女士听完编辑的讲解后,激动地说:“我在读书的时候,只是停留在文字本身的意义,没想到原来作者还有更深一层的意义啊!看来阅读还是需要专业的指导。”

钟书阁合作设计师李想分享了钟书阁的设计创作故事,从艺术结合商业的角度浅谈如何筑造最美书店。读者周先生表示:“在这个浮躁的时代中,还有钟书阁

这样的书店,为读者用心地设计书店、甄选图书,让读者在最美的空间里享受阅读,这是多么幸福的事!”

10年之间,钟书阁在设计上独树一帜,坚守“连锁不复制”的设计理念,携手国内外众多出色的设计师,不断进行着书店空间美学的探索与创新,用美的阅读场景,将读者唤回书店,成为实体书店转型的标杆。活动现场,上海钟书阁实业有限公司总经理蒋俊豪发布了钟书阁下一个10年的愿景——打造多元文化空间,给读者个性化多元文化体验。

“现在的书店正在从产品结构、空间体验、销售服务等多方面积极探索,寻求转型升级,并且越来越个性化。一家成功的书店也要做到内外兼修,实力与颜值并存。”蒋俊豪说,书店要发展,需要读者“走进来、留下来、带出去”,形成良性循环,其核心推动力永远是书。未来,钟书阁将继续深挖客户需求,主打差异化竞争,让书店变成以阅读为纽带的线下社交场所。



钟书阁举办创立十周年体验日活动。

本报记者 金鑫 摄

## 《5G融媒体应用研究报告(2022)》发布——

## 新技术驱动传媒向“数智化”演进

□本报记者 尹琛

由中国电信、中国传媒大学新媒体研究院、光明网联合编写的《5G融媒体应用研究报告(2022)》,日前在第六届数字中国建设峰会·云生态大会数字政务与数字社会论坛上发布。该报告是由中国电信、光明网、中国传媒大学新媒体研究院共同发起成立的5G融媒体实验室的一项重要成果,也是5G融媒实验室连续第三年发布相关报告。

报告指出,2022年,技术要素成为推动媒体深度融合的重要构成,各级各类媒体机构运用5G、大数据、人工智能、区块链等新技术,全面驱动传媒向“数智化”演进,媒体的核心能力从单一内容生产层面走向融合数据挖掘与数据可视化的更高层次。

## 5G推动媒体超高清直播常态化

工信部《2022年通信业统计公报》显示,截至2022年12月底,我国5G移动电话用户达5.61亿,5G移动电话用户占比达33.3%,是全球平均水平的2.75倍,

已发展成为全球规模最大的5G市场。

报告认为,5G赋能融媒体出现了5G直播车、5G直播背包、5G+AR采访眼镜及虚拟演播室等终端产品。与此同时,5G技术所具有的高速率、大带宽、低时延特点,使得信号传输质量得到大幅提升,能够对超清视频、高清直播等业务提供有力的支撑和保障。在内容保真、画面清晰的同时,5G还能保持实时转播不间断、无卡顿,在第一时间转播现场实况,实现了户内户外赛事活动、会议、文旅等场景超高清直播,同时也实现了中央、省、市、县级融媒体直播的常态化和全面化,推进媒体融合向纵深方向发展。

报告同时指出,5G在速度、容量、时延等层面的技术进步,还使内容的实时传播和同步共享通过云端相连的媒体平台得以实现,媒介之间的边界逐渐消融,多屏时代宣告开始。

## “5G+”应用模式更加丰富

在5G技术支撑下,媒体“采—编—

发”工作朝着更加轻量化、云化的趋势发展,传统媒体制播环节得到优化与创新,直播内容的题材、形式从单一走向多元,打破了地域、时间等因素的局限,传播工作效率提高,传播的实时性和互动性提升。

报告指出,近年来,各级媒体和文化宣传领域对5G技术的创新应用,采用了“5G+AR”“5G+VR”“5G+XR”“5G+全息”等多元技术融合的方式,丰富了媒体融合“5G+”模式的技术实践。5G与所有先进技术的全面连接能力,成为覆盖在这些多元技术下的重要基底,在5G的引领、催化和驱动下,这些“5G+”多元技术变得丰富多彩、百花齐放。

在5G产品方面,报告显示,用户无需下载APP即可在个人终端的短信窗口内实现5G消息的接收、发送、搜索和使用。从媒体融合传播的角度来看,5G消息具有典型的全媒体传播特征。新闻媒体可以通过开办自己专属的5G消息聊天机器人发布新闻、节目,在与用户的“人机对话”中完成传播、沟通、反馈的全过程。

## 智能化是5G发展重要命题

报告指出,“5G+人工智能”助力内容生产个性化,提升内容产出效率。类似ChatGPT这样的应用有着高效出稿、超强数据处理能力、突发事件应对及时等优势,对新闻媒体报道有着直接的影响作用。

后5G时代,5G与人工智能愈发相互渗透、不可分割。在5G源源不断地提供数据“养料”和算力“能源”的基础上,人工智能对传媒的渗透涉及从构建技术体系、搭建业务平台到探索内容创新的全过程,人工智能辅助视频制作、参与选题策划,以及精准推荐、个性化分发能力都得到了大幅提升和充分发展。

报告强调,2023年,5G发展进入“下半场”,传媒领域在5G“上半场”尚未真正实现的内容个性化、传播精准化、服务多元化及终端全面化,都需要更加强大的技术能力予以支撑。加快推进媒体深度融合发展,加强全媒体传播体系建设需要抓住技术变革契机持续努力。

## ■时讯

第二届设计书展展  
征集“数字场景”汉字作品

本报讯(记者尹琛)由中国出版协会新闻出版文字规范化工作委员会指导,汉字字库主办的“为数字语境创作——第二届设计书展”日前在京启动。

数字技术作为基础手段,对书写的创作环境与应用场景带来巨大变化。此次展览旨在通过设计领域的创新思维,以“数字场景”为命题,鼓励书法及书写爱好者创作出更多与人们生活形态和公共场景相融合的汉字书写作品,从而达到规范汉字书写、弘扬汉字之美的目的。

展览将邀请来自中国书法家协会、北京大学、北京服装学院、中央美术学院、武汉美术馆、汉仪字库等机构的专家学者和字体设计人组成评委团队。征集作品包括纸质书写作品和电子书作品,来稿截止日期为7月31日,入选作品预计在9月展出。

## 《中国书画文献稿钞本丛刊》初编在沪出版

本报讯(记者金鑫)“十四五”国家重点出版物出版规划项目《中国书画文献稿钞本丛刊》初编一函6册已由上海书画出版社出版。近日,《中国书画文献稿钞本丛刊》新书发布暨出版研讨会在沪召开。

未经刊刻的稿钞本,或复本较少、流传不广,或孤存天壤、不易得见,已成为亟待整理开掘的文化宝库。《中国书画文献稿钞本丛刊》由美术史学者范景中教授、上海师范大学副研究员陆蓓担任主编,以最新的古籍普查成果为基础,通过文献寓目、版本梳理、解题撰写等研究工作,以原貌影印的方式分辑陆续出版。

《丛刊》初编甄选10种书画稿钞文献入编,具有以下特色:选目所涉甚广,涵盖明清重要私人藏家及内府藏目;精选的罕见稿钞本,或为首次影印出版,或可补现有通行本之缺失,于书画史、收藏史、社会史均有极高的文献史料价值;原貌影印,保留文献原有批校、题跋、印鉴等全部细节信息,充分展现文献的文物性和艺术代表性。

## 《牛津音乐词典》第六版问世

本报讯(记者雷萌)由人民音乐出版社推出的《牛津音乐词典》第六版日前在京发布。

《牛津音乐词典》问世于1952年,此次第六版增加250多个新条目,收录总条目超过1万条,包括音乐术语、音乐体裁、曲式、音乐作品、作曲家、指挥家、歌唱家、演奏家、音乐理论家、乐评家、乐器种类、音乐专业院校、音乐演出团体、音乐出版单位等,是学习、研究、表演、鉴赏西方音乐的必备音乐工具书。

中国出版传媒股份有限公司董事、总经理李岩现场表示,《牛津音乐词典》第六版的面世,不仅填补全面研究当代国际音乐领域学术前沿、发展动向、创新研究的空白,也让国内读者了解新的音乐现象、音乐人物和创作成果等世界优秀音乐文化。

《我和我的北工大》  
读书沙龙活动举办

本报讯(记者尹琛)北京工业大学出版社近日联合北京工业大学图书馆共同举办“赓续甲子初心,传承工大血脉——我和我的北工大”读书沙龙活动。

《我和我的北工大》是由北工大出版社2020年出版的图书。书中内容分为“艰苦奋斗篇”“穷究真理篇”“锐意创新篇”“开放包容篇”,收录了自1960年北工大创建以来,60年60位优秀北工大人的回忆性文章。现场,7位《我和我的北工大》书中的主人公、校友及在校教师进行图书内容分享,介绍校史、校情、校友,讲述亲历的北工大故事。

除主题分享环节,活动还设立了嘉宾学生互动交流等环节。参与沙龙活动的学生表示,读书可以增长智慧、涵养情操、汲取力量,将带着对北工大精神的发扬与传承,展现新时代青年学子的新气象和新作为。

《老龄知识百问百答》  
全面关注老年人需求

本报讯(记者章红雨)由北京市老龄委办公室、北京市老龄协会主办,北京市老年学和老年健康学会承办的《老龄知识百问百答》新书发布会近日在北京市西城区举行。

《老龄知识百问百答》由北京出版集团北京出版社出版,是“北京市人口老龄化国情民情教育丛书”的第一部。全书分九章,设有118个热点问题,通过“一问一答”的形式,对人口老龄化的最新理念、北京市人口老龄化的形势、养老保障制度体系、就近精准养老服务体系、老年健康服务体系、老年人参与社会发展、养老服务人才队伍建设、老年友好型社会建设、老年人权益保障等方面进行全面阐述,图文并茂、通俗易懂。