



■本期关注:出版发行上市公司年报和季报

从年报看出版发行业发展态势

□本报记者 左志红

截至2023年4月29日,28家在A股上市的出版发行公司2022年年度报告全部发布。从年报可见,2022年,出版发行上市公司融合发展成效显著,在线教育蓬勃发展,营销发力新兴渠道,投资呈现多元趋势,体制机制改革继续深化。

融合发展成效显著

2022年,各大出版发行上市公司纷纷加大转型力度,融合发展成效显著。

凤凰传媒旗下凤凰易学、凤凰书苑、凤凰职教云、语音学习系统、数字农家书屋等数字出版平台,3年累计收入超2亿元,用户数超2000万。

浙版传媒与浙江省委宣传部共同打造的“全民阅读在线”项目被列入全省数字文化系统重点改革(应用),已纳入阅读阵地总数2.46万个,成为数字文化领域的高频应用。

中文传媒成立数字化建设工作领导小组,启动数字化顶层规划方案建设,加速向“一业为主、多元兴业”的复合业态转型。中文传媒围绕“产品统一仓储、物流高效整合、人员集中管理、服务快速响应”的业务布局,建设数智化现代出版物流中心,打造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。

山东出版持续推进山东数字融合出版创新创业共同体建设。共同体入选国家文化产业发展项目库,已与产业链上下游高校、科研院所、金融投资、头部企业等56家机构单位达成多项合作,与山东省内外百余家单位达成合作意向。

中国出版纸质图书与数字资源深度绑定,人民文学出版社、现代出版社等单位有声书业务形成融合出版新的增长点;中读、籍图网等重点融合平台持续创收增效,公司所属出版社初步形成符合自身实际的融合发展路径。

城市传媒着力聚焦虚拟现实、人工智能、数字经济、文化空间等文化科技融合发展领域,与歌尔等一线科技公司深入合作,申报国家虚拟现实创新中心(青岛)获得工信部批复并挂牌启动建设;以数字化产品、数字化服务为核心的“青少年科普和创新文化传播平台”项目入选国家文化产业发展项目库,获评2022年度中国企业品牌创新成果奖;“科学大脑”VR主题科普研学和VR数字教育科普产品形成VR应用场景和服务教育新模式,累计在全国25个省市推广落地。



2023北京书市现场,主理正在推荐好书。

本报记者 张雪娇 摄

营销开辟新赛道

2022年,面对新冠肺炎疫情的冲击,出版发行上市公司纷纷发力新兴渠道,优化渠道布局,持续提升互联网经营能力。

从线上业务收入来看,浙版传媒全年线上业务营收31.55亿元,同比增长17.15%。城市传媒线上销售实现营业收入4.25亿元,同比增长45.04%。读者传媒2022年实现新媒体及电商业务收入3538万元,同比增长20%。凤凰传媒新媒体矩阵助推图书电商销售,出版单位自营电商销售收入超1亿元。中文传媒旗下二十一世纪出版社集团,全年发布短视频217条,直播687场,实现销售码洋超1700万元。

通过研发或升级平台,出版发行上市公司进一步提升线上服务能

力。新华文轩研发了供应商可视化看板“轩致”平台,“轩致1.0”自上线以来,目前已累计服务近600家出版单位。浙版传媒升级“云馆配”平台,交易额再创新高,实现订货3.09亿码洋;“政采云”平台成交量稳步增长,浙江全省连锁店通过平台累计成交2.09亿元,同比上升12.88%。

还有依靠已有或新成立的新媒体公司,抢占新媒体营销赛道。南方传媒投资成立的新荷传媒公司,发力短视频营销,产出多个点赞超5万、超10万的广告视频,其中“广东新华严选”单日成交额最高达182万元,单月突破700万元,在抖音平台多项榜单中名列第一。读者传媒以北京天元公司为核心,开展全

媒体传媒及社群营销、直播带货,通过清理整合公司各类新媒体资源和平台,重点培育“龙头”账号,打造新媒体矩阵。

各出版社和新华书店积极发展“短视频+直播”新赛道。中国出版旗下出版社品牌直播爆发式增长,全年策划超500场重大活动。人民文学出版社组建专业团队,线上线下一互融互促的营销新生态初步建成,全年举办活动151场,“双微”粉丝数均突破百万。浙江文艺出版社抖音官方号成为抖音官方认定的出版业直播三家典型之一,互联网矩阵粉丝数突破200万,全年营收达2000万元。浙江新华按照“1+10+N”的线上业务发展规划,形成公域电商矩阵71家店铺群。

在线教育蓬勃发展

在融合发展如火如荼的当下,在线教育发展势头很猛。各出版集团纷纷打造智慧教育平台,持续推进教育数字化发展。

凤凰传媒旗下学科网始终专注于基础教育教学资源建设及教育科技产品研发,2022年营业收入3.78亿元,同比增长20.20%;净利润6598万元,同比增长47.84%。

浙版传媒旗下青云在线与浙江移动共同打造自主学习智慧服务平台,中标中国移动(成都)“和教育”名师课程资源项目。

山东出版初步搭建完成“智慧校园”平台,运用人工智能和大数据等技术,从数字化教研和课后作业诊断提升两个方面,组织开发并

已落地使用数字化教研系统的优质课展评模块。

南方传媒粤教翔云数字教材平台应用稳步提升,广东全省开通用户超1300万,使用学校1.6万所,共上线数字教材345册,覆盖小学、初中21个学科;数字教材应用培训成效明显,南方智慧作业系统完成初期研发,并进入内测阶段。

长江传媒加大力度谋划实施教育服务平台、全渠道营销平台等信息化项目,湖北全省上线试点教育服务平台共收录学生信息17.1万名,启用学校达309所。

皖新传媒旗下皖新智慧教育平台新增7个专项解决服务方案,自主研发系统入选安徽省信息消费创

投资结构多元化

公司上市的主要目的是募集资金,投资于公司的发展项目。从年报看,出版发行上市公司的投资结构及资本运营呈现多元化趋势,但也不外乎传统主业和新兴产业两大方向。需要说明的是,这里的资金既包括募集资金,也包括自有资金。

传统的出版发行产业是投资的重心。

浙版传媒的“精品出版一重点图书出版工程”募投项目整体进度达75%,其中浙江教育出版社集团募投项目出版品种全年实现销售收入2.35亿元;浙江文艺出版社使用募集资金建设原创文学精品矩阵,零售市场销售实洋占有率连续3年上升。浙江新华“零售门店系统服务能力提升”募投项目完成一批门店升级改造,在打造书香阵地、推广全民阅读方面取得良好社会效益。

机制创新开新局

2022年,出版发行上市公司深化体制机制改革,推动管理提质增效。

一是大胆尝试,进行体制机制创新。

中文传媒积极探索完善“三制”机构运行管理模式,2022年37家“三制”机构通过有效营销、服务读者、IP延伸等举措,不断延伸其产品线和产品模式,全年实现发货码洋近5亿元,取得4年销售翻了4倍的好成绩。中文传媒持续深入推进混合所有制改革并取得突破,旗下控股子公司智明星通混合所有制改革暨引入合格投资者并实施第一批次员工持股工作顺利完成。

内蒙新华加快实施创新驱动发展战略,63家创新工作室的257名成员在各子分公司创新工作中发挥了引领作用,借鉴运用2021年创新课题39项,提高了工作效率。2022年内

蒙新华共收集创新课题133项,其中38项供全公司分享,创新案例涵盖党建、财务、工会、宣传、物流、教材、一般图书等公司经营的方方面面。

二是加强管理信息化建设,推进管理体系和管理能力现代化。

皖新传媒系统实施“数字皖新”战略,成立战略规划实施委员会,导入华为战略管理工具,编印战略规划从制定到执行闭环管理操作指引,组建“皖新一华为云”项目联合实施团队。

凤凰传媒推进出版板块ERP建设工作,进一步优化发行板块ERP系统,推进财务智能化建设,推动“云馆配”平台上线,构建高可靠、高性能、可扩展、易管理的超融合云管平台。

浙版传媒推进浙版大数据中心建设,顺利完成出版ERP系统二期升级,浙江新华ERP系统数智化业

务管理平台进入开发阶段。

三是对旗下单位进行重组整合。中国出版对部分二级单位实行重组,中版昆仑公司划入人民文学出版社后实现扭亏;中版文化传播公司纳入中华书局后一体化推进效果显现;现代教育出版社与中版教材有限公司重组后出版与印制成本降低、发行能力得到提升;数字传媒公司纳入中国出版传媒商报社后,既为商报注入数字化转型资源,也为数字传媒集约经营提供新的平台。

中信出版2022年年初成立发行集团,实行产品、营销、发行集约化管理,提高头部产品运营效率,图书品种效率处于行业领先;通过数据模型和预测算法的优化,加强精细化运营和量价管理体系效率,图书出版发行业务毛利率较2021年提升1个百分点。

从数据看业绩

表1 2022年28家出版发行上市公司营收和净利润
单位:亿元

股票简称	营业收入	同比增减	净利润	同比增减
凤凰传媒	135.96	8.62%	20.82	-15.26%
中南传媒	124.65	10.00%	13.99	-7.67%
浙版传媒	117.85	3.42%	14.14	7.33%
皖新传媒	116.87	15.57%	7.08	10.65%
山东出版	112.15	2.98%	16.80	9.63%
新华文轩	109.30	4.49%	13.97	6.95%
中文传媒	102.36	-4.46%	19.30	-5.53%
中原传媒	96.29	3.97%	10.32	5.85%
南方传媒	90.55	6.57%	9.43	-2.65%
时代出版	76.46	-3.13%	3.44	-4.16%
长江传媒	62.95	4.52%	7.29	4.57%
中国出版	61.41	-2.85%	6.51	-16.66%
中国科传	27.09	2.88%	4.69	-3.63%
出版传媒	26.11	-8.98%	0.75	-30.71%
掌阅科技	25.82	24.71%	0.58	-61.77%
城市传媒	25.54	5.77%	3.36	20.63%
龙版传媒	18.06	0.85%	4.78	7.91%
中信出版	18.01	-6.31%	1.26	-47.81%
内蒙新华	16.58	4.19%	2.68	17.20%
读者传媒	12.91	5.67%	0.86	1.08%
新华传媒	12.59	-1.93%	0.09	-73.72%
中文在线	11.80	-0.78%	-3.62	-466.45%
新经典	9.38	1.72%	1.37	4.82%
天舟文化	6.06	19.86%	-3.29	51.45%
读客文化	5.14	-1.04%	0.62	-7.48%
果麦文化	4.62	0.16%	0.41	-28.07%
世纪天鸿	4.33	5.25%	0.36	2.78%
荣信文化	3.21	-15.39%	0.23	-42.38%

表2 2023年第一季度28家出版发行上市公司营收和净利润
单位:亿元

股票简称	营业收入	同比增减	净利润	同比增减
凤凰传媒	32.36	1.25%	4.83	1.77%
皖新传媒	30.97	11.43%	3.38	12.16%
浙版传媒	26.86	2.67%	1.46	17.03%
中南传媒	26.64	10.98%	3.47	28.68%
中文传媒	24.91	-3.86%	4.28	10.60%
新华文轩	23.11	4.73%	2.00	18.01%
南方传媒	22.03	6.80%	2.23	37.03%
山东出版	21.72	6.54%	2.12	-0.59%
长江传媒	20.23	21.35%	3.86	31.50%
中原传媒	18.69	6.01%	1.01	4.89%
时代出版	16.98	5.16%	0.87	6.78%
中国出版	10.19	22.56%	0.33	838.10%
城市传媒	6.37	10.22%	0.97	10.45%
龙版传媒	6.18	-3.95%	1.41	1.84%
掌阅科技	5.98	14.94%	0.07	144.53%
出版传媒	5.34	-5.51%	-0.04	不适用
内蒙新华	5.18	11.97%	1.42	25.73%
中国科传	4.50	21.66%	0.42	124.95%
中信出版	4.27	3.69%	0.42	2.57%
中文在线	2.88	24.79%	-0.37	-130.32%
读者传媒	2.21	13.85%	0.08	14.89%
新经典	2.05	-0.82%	0.45	5.63%
新华传媒	1.66	-8.51%	0.04	不适用
果麦文化	1.15	9.36%	0.14	225.42%
读客文化	1.04	-7.85%	0.06	-20.59%
世纪天鸿	0.85	31.54%	0.08	18.52%
荣信文化	0.66	-9.37%	0.03	3.65%
天舟文化	0.53	-28.48%	-0.04	30.61%

制表:王书亮

