证券代码：601949 证券简称：中国出版

**中国出版传媒股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号： 2017-001

|  |  |
| --- | --- |
| 活动名称 | 调研会 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 广发证券、中信证券、中信建投证券、安信证券、银河证券、东兴证券、太平洋证券、信达证券、新时代证券、天安人寿保险股份有限公司、新华保险资产管理公司、幸福人寿保险股份有限公司、中英益利资产管理股份有限公司、北京润达盛安投资管理有限公司、长盛基金管理有限公司、观富（北京）资产管理有限公司、国投安信期货有限公司、北京望远行投资管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、九泰基金管理有限公司、君联资本、中加基金、信诚人寿资产管理公司、金百镕投资管理有限公司、源乐晟资产管理有限公司等机构投资者 |
| 时间 | 2017年11月14日 （具体时间15：00—16：30） |
| 地点 | 中国出版传媒股份有限公司10楼会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事 潘凯雄、董事会秘书 刘禹 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 调研会议采取问答的形式，公司就机构投资者关注的问题给予解答，帮助投资者更全面地了解公司的经营情况，具体如下：1. **公司未来三年预期投入4亿元建设中华国学资源库，公司认为未来在古籍领域的收入增长动力主要来源于？**

答：政府加大了对数字出版与传统文化的扶持力度和政策指引，并针对出版业数字化转型升级提出指导意见，为出版业的转型升级指明方向。其次传统文化资源丰富，内容总量较大，关注度越来越高;同时随着时代的进步，古籍整理出版借助网络数字技术的平台得以更迅捷的发展，为文化成果的集结与分析研究提供了更新颖的视角和更广阔的领域；另外，中华书局是一家专业古籍出版社，在古籍整理方面有专业的优势，并在海内外享有崇高的声誉。1. **公司发行业务收入主要来源于子公司中版教材的教材教辅发行收入，目前公司在国内的教材发行市场的市场占有率如何？**

答：根据北京开卷信息技术有限公司的《2016年中国出版集团零售市场报告》，2016年度教材教辅的零售市场情况如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 分类 | 实体书店 | 网上书店（电商） |
| 码洋占有率（%） | 排名 | 码洋占有率（%） | 排名 |
| 教辅教材 | 3.65 | 7 | 4.2 | 2 |

1. **公司在细分领域语言类图书出版优势明显，公司认为语言类图书未来行业增速情况如何？**

答：根据北京开卷信息技术有限公司的《2016年中国出版集团零售市场报告》，2016年度语言类零售市场情况如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 分类 | 实体书店 | 网上书店（电商） |
| 码洋占有率（%） | 排名 | 码洋占有率（%） | 排名 |
| 语言 | 38.85 | 1 | 24.61 | 1 |

2016年语言类图书的市场规模与2015年相比，略有上升。从细分市场来看，语言类图书同比增幅在12%以上。随着教育的普及和国际交流的深入，语言类图书作为日常学习的基本用书，作为学习的必须品，仍有市场发展空间。1. **公司旗下子公司较多，包括众多一级出版社。但根据招股书，各子公司2016年净利润分化较大，商务印书馆、人民音乐、中版教材居前，三联书店作为顶级出版社反而亏损。请教三联书店亏损的原因。**

**答：**三联书店亏损的原因主要是因为三联书店的广告合作商力度国际文化传媒集团有限公司停滞回款，不能合理判断经济利益是否能够流入。因此，本着谨慎性原则， 2016年度三联书店未确认广告收入，从而导致2016年度净利润下降。为此，三联书店已就合作商力度公司的广告欠款于2017年初提请司法诉讼，该诉讼正在进行过程中。1. **未来集团公司还有那些资产有望装入上市公司？**

答：根据公司上市时控股股东做出的承诺，集团公司下属子公司新华书店成都有限公司（该公司为新华书店总店2013年在成都设立的子公司，并非成都市的新华书店）、上海中版图书有限公司、研究出版社将会纳入本公司。1. **如何看待当下出版行业的竞争格局和未来趋势？公司在出版板块最主要是竞争优势是什么，如何确保这种优势的持久性？**

答：目前全国出版行业形成了以综合出版集团公司为主体和分散单一出版社并存的竞争格局。出版集团分为两大类，一类是中央级出版集团，包括以专业出版、大众出版为主要定位的中国出版集团、以教育出版为主要定位的中国教育出版传媒集团有限公司、以专业出版为主要定位的中国科技出版传媒集团有限公司等；另一类是地方级出版集团，包括江苏凤凰出版传媒股份有限公司、中南出版传媒集团股份有限公司、新华文轩出版传媒股份有限公司等。 随着文化体制改革的不断深化，以及受益于近年来文化发展政策，我国图书出版行业的市场化程度不断提高。根据《2015年全国新闻出版业基本情况》统计数据显示，2015年，全国共有图书出版社584家，音像制品出版单位368家，电子出版物出版单位292家。公司的优势体现在品牌优势、资源优势等方面。品牌优势方面，公司囊括了一批历史悠久、知名度较高和行业地位突出的优秀出版社。公司有一系列的品牌企业、品牌产品、品牌技术与服务。公司的品牌企业包括人民文学出版社、中华书局、商务印书馆、中国大百科全书出版社、中国美术出版总社、人民音乐出版社、三联书店等。公司的品牌产品体现在哲学社会科学类、主题出版、文化教育和语言类、文学类、艺术类、历史地理类等，包括《点校本二十四史》、《新华字典》、《辞源》、《现代汉语词典》、《茅盾文学奖获奖作品全集》（33种）、《鲁迅全集》（18卷）、《哈利•波特》系列、《中国大百科全书》、《当代》、《三联生活周刊》等。公司的品牌技术与服务包括诗词中国、中华经典古籍数据库、百科在线、三联韬奋24小时书店等。资源优势方面，公司在文学、古籍、音乐、美术、社科、工具书等领域具有领先优势，拥有丰富的作者、译者、内容资源。中国出版年均出版图书达16,900余种，累计拥有17万种优质图书的版权，拥有一批著名作家的多介质版权。公司已积累起丰厚的内容资源和强大的资源获取能力，在出版业的核心——内容资源方面形成了独到优势。同时公司制定了强化出版导向的质量管理，集聚优质内容资源，优化图书的产品结构，推动营销方式创新，优化产业结构，强化市场意识，转变发展方式、加速媒体融合的发展方针。以做大文化影响、做强经济实力、推动媒体融合为主线，以技术创新、制度创新和资本运作为动力，进一步提高出版专业化水平。保证公司公司竞争优势的持续性。1. **公司在数字出版上有什么布局？您是否可以谈谈公司未来的互联网战略？**

答：公司紧跟数字出版发展大势，发力大数据产业，成立了中版集团数字传媒有限公司，同时公司IPO的募投项目中包括中华国学资源总库、《三联生活周刊》“中阅读”项目等都是以数字出版为基础，进军数字出版与数据服务领域。不管是数媒公司还是实施有关募投项目，都是顺应出版产业“供给侧改革”、促进传统出版向数字出版转型、打造新兴出版业态的一项重要举措 ,是公司实施数字化转型战略的重大决策。公司将以此为依托，盘活图书内容资源，发展全媒体生产能力，推动公司向现代出版企业转型升级。同时加快重点数字平台和专业数据库的基础建设和市场营销，积极推动传统报刊与新媒体的融合，在数字内容生产、数字销售渠道、数字服务水平等方面收到成效，新型业态迅速发展，新的商业模式实现成熟化、可复制，探索出一条适合公司特色的“互联网+”发展模式。1. **在战略上，公司中长期规划是什么，企业的目标和愿景是什么？出版行业的未来会怎样？**

答：未来五年是出版业调整产业结构、转变发展方式、加速媒体融合、进入深化与加速的关键时期，也是再改革、再创新、再布局、再发展的重要时期。根据行业现状与公司实际，公司制定了以走中版特色发展道路为主题，以做大文化影响、做强经济实力、推动媒体融合为主线，以技术创新、制度创新和资本运作为动力，进一步提高出版专业化水平，打造国际著名出版集团的战略目标。综合考虑未来发展趋势和条件，公司今后一个时期的改革发展的主要目标是：持续扩大公司的文化影响力；在媒体融合方面取得实效；进一步提高版权输出品质和数量；出版业务竞争优势更加突出，引领作用更加明显，印刷、物流等业务实现快速发展。对于出版行业的未来，随着人们物质生活水平不断上升，精神层面的追求也随之提高，对图书的需求量将会越来越大，图书出版发行业有着广阔的发展空间。同时，中国图书出版发行行业也面临一些的困难，如：高库存影响着图书出版业的发展、选题重复出版、盗版图书出版时有发生、数字化转型程度不够等等。针对这些情况，国家出台了相应的政策法规规范市场，出版发行企业也在努力做出调整，社会各界也正在一起努力，整个出版行业将朝着健康的方向发展。1. **公司营收季节性明显，收入集中在下半年的原因？**

**答：**出版业呈现出明显的季节性特征。已经披露的前几年的财务报告都表明了季节性。其中主要表现在教材、教辅业务方面，即教材及同步教辅均在每学期开学时供应，业务高度集中于每年的春、秋两季。公司子公司商务印书馆出版的《新华字典》、《现代汉语词典》、“牛津进阶英汉双解词典”系列（包括初阶、中阶、高阶）等图书已成为学生必备型工具书，与教材教辅相似，开学季销售量较大，但由于该类工具书不具有学期特征，一般相对集中于秋季新生入学时供货，即三季度销售量大。终端市场实现销售后，商务印书馆一般集中于三季度、四季度确认收入，其中四季度收入规模较大。受上述因素影响，商务印书馆各季度收入整体呈现逐季递增，四季度收入规模最大的特点。另外，公司销售模式以寄销（委托代销、经销包退）为主，在这种销售方式下的收入确认是在客户实现销售，双方根据代销清单进行结算时确认收入。受市场影响，结算时经销商占据较多主动权。除教材教辅及语言类图书之外的图书，由于第一季度受到春节假期影响，发货及结算量均非常小。第二季度至第四季度陆续发货，陆续结转收入。在第四季度由于年终将至发行人与经销商结算相对集中，收入规模最大。公司部分主要出版社（人民文学、三联书店、大百科）呈现第四季度收入较大的季节性特点。受公司图书产品结构及经营特点综合影响，公司收入整体呈现一、三季度相对较低，二、四季度相对较高，其中四季度收入占比最高的特点。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 记录人 | 彭威 |
| 日期 | 2017年11月14日 |