

读者出版传媒股份有限公司  
上市募集资金投资项目

刊群建设出版项目  
情况分析



中国新闻出版研究院

二〇一八年三月

## “刊群建设出版项目情况分析”

### 项目组成员名单

组 长：魏玉山      研究员、教授、院长

副组长：范 军      研究员、教授、副院长

                张晓斌      研究员、教授、市场（发行）研究所所长兼  
  调查统计中心主任

工作组组长：张晓斌

工作组副组长：康 继

成 员：王 曦      李 薇      戴思晶      康 继

撰 写 人：王 曦

# 目 录

一、项目概述 .....	1
二、情况分析 .....	2
<b>（一）近年来期刊出版形势出现重大变化.....</b>	<b>2</b>
1. 数字化阅读方式接触率持续上升 .....	2
2. 期刊阅读率、期刊出版总印数逐渐下滑 .....	4
3. 期刊出版营业收入、广告收入由升转降 .....	7
<b>（二）公司期刊业务遇到新变化、新情况.....</b>	<b>9</b>
1. 公司期刊业务出现新变化 .....	10
2. 公司期刊经营遇到新情况 .....	11
三、结论与建议 .....	13

## 一、项目概述

经中国证券监督管理委员会《关于核准读者出版传媒股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可[2015]1377号）文件核准，读者出版传媒股份有限公司（以下简称“公司”）向社会公开发行人民币普通股（A股）6000万股，募集资金总额58620.00万元。公司于2015年12月10日在上海证券交易所正式挂牌交易。扣除保荐及承销费等相关发行费用总额后的募集资金净额50394.50万元于2015年12月4日全部到账，并经中喜会计师事务所（特殊普通合伙）出具的中喜验字（2015）第0563号《验资报告》予以验证。公司对募集资金已采取了专户存储管理。

根据《读者出版传媒股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》中披露的募集资金用途，上述募集资金中有25510.50万元计划用于刊群建设出版项目（以下简称“项目”）。公司围绕打造“国内一流的期刊出版主业、全媒体运营的出版传媒企业”这一目标，拟通过项目建设综合阅读、社会漫评、科普探索、家庭理财、高端时尚、健康生活6类期刊，增加公司拥有期刊数量，扩大内容覆盖门类，以中等收入阶层和青少年为目标读者群体，迎合大众期刊市场小众化、深度化、专业化的发展趋势，优化期刊发行收入和广告收入的比例<sup>1</sup>，巩固在大众出版市场的竞争地位。

项目投资建设期为3年，第1年计划投入资金7603.16万元，第

---

<sup>1</sup> 与《读者》等公司传统核心期刊当时主要以期刊发行收入为主的盈利方式不同，项目拟建设期刊中，综合阅读类、科普探索类和高端时尚类以期刊发行收入和广告收入为主要盈利方式，家庭理财类以广告收入为主要盈利方式。

2 年计划投入资金 8045.69 万元，第 3 年计划投入资金 9861.65 万元。

根据公司提供的情况，截至 2017 年 12 月 31 日，项目尚未执行，但公司曾利用自有资金对项目进行了前期投入，未使用募集资金进行置换。

## 二、情况分析

近年来，期刊出版形势出现重大变化，同时公司期刊业务发展也遇到一些新情况，致使项目建设的外部 and 内部环境发生较大改变，影响到项目的执行，具体分述如下。

### （一）近年来期刊出版形势出现重大变化

近年来随着信息网络技术的迅猛发展，尤其是移动多媒体的迅速崛起，媒介阅读形态发生很大变化，数字化阅读趋势上升，纸媒阅读出现下滑，期刊出版总印数和期刊收入受到较大冲击，具体分述如下。

#### 1. 数字化阅读方式接触率持续上升

近年来，随着数字化的普及与应用，人们的阅读习惯和方式逐渐转变，数字化阅读日益普及。据中国新闻出版研究院发布的“全国国民阅读调查”结果显示，2010—2016 年，数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad 阅读等）的接触率持续上升，至 2016 年达到 68.2%，较 2010 年的 32.8% 高出 35.4 个百分点（详见表 1、图 1）。

表 1 2010—2016 年数字化阅读方式接触率变化情况

单位：%

年 份	数字化阅读方式接触率
2010 年	32.8

2011年	38.6
2012年	40.3
2013年	50.1
2014年	58.1
2015年	64.0
2016年	68.2

数据来源：中国新闻出版研究院历次“全国国民阅读调查”。

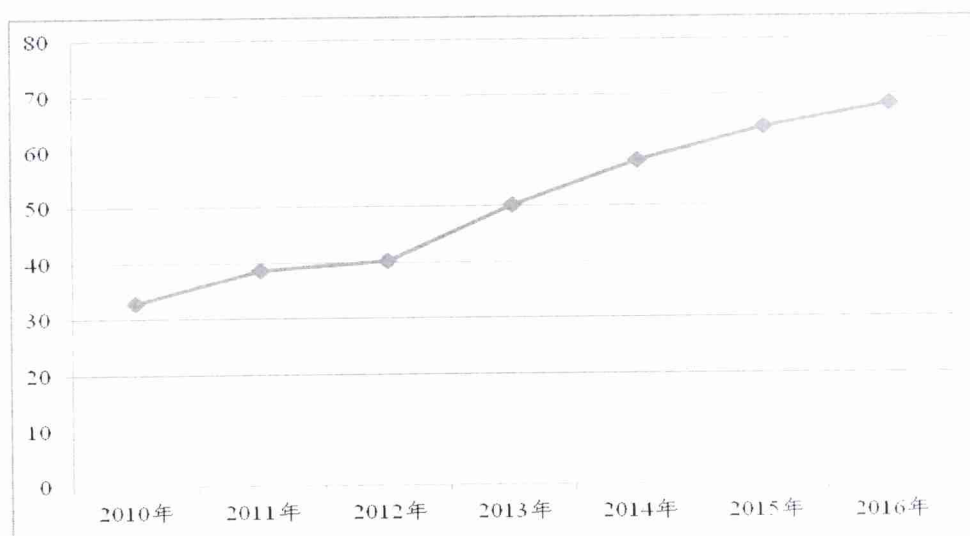


图1 2010—2016年数字化阅读方式接触率变化趋势

随着人们阅读方式的转变，以数字化阅读为基础的数字出版增长迅速，对传统出版形成一定压力。根据原国家新闻出版广电总局规划发展司<sup>2</sup>各年《新闻出版产业分析报告》显示，2010—2016年，我国数字出版持续保持高速增长，营业收入由1051.80亿元增至5720.85亿元，年均增速为32.6%，占全行业营业收入的比重由8.5%上升至24.2%，提高15.7个百分点（详见表2、图2）。

表2 2010—2016年数字出版营业收入增长情况

单位：亿元

年份	营业收入
----	------

<sup>2</sup> 2012年以前为原新闻出版总署出版产业发展司，后同。

2010年	1051.80
2011年	1377.90
2012年	1935.49
2013年	2540.35
2014年	3387.70
2015年	4403.85
2016年	5720.85

数据来源：原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《新闻出版产业分析报告》。

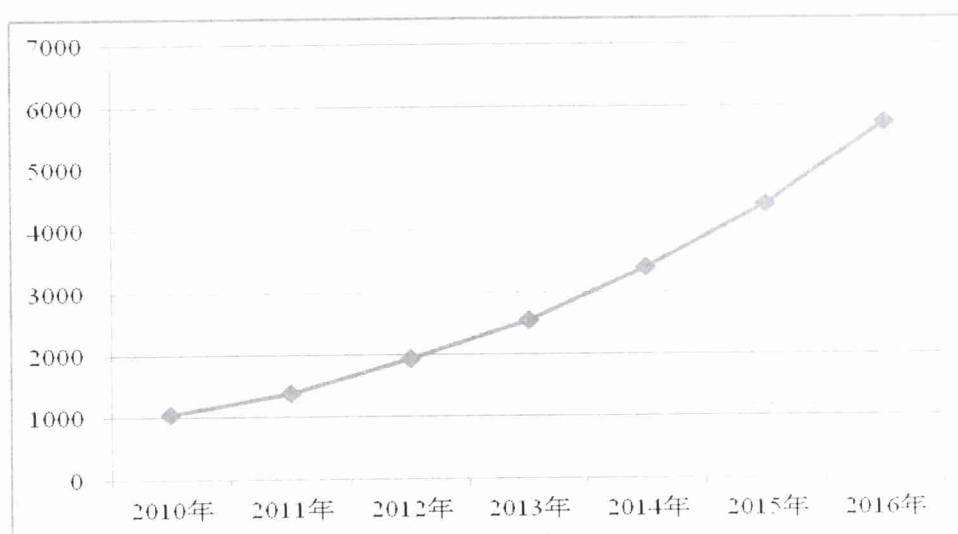


图2 2010—2016年数字出版营业收入变化趋势

## 2. 期刊阅读率、期刊出版总印数逐渐下滑

受数字化阅读与数字出版、新媒体冲击的影响，人们对纸质期刊阅读的依赖程度逐渐降低，纸质期刊阅读率持续走低。据中国新闻出版研究院历次“全国国民阅读调查”结果显示，2010—2016年，我国期刊阅读率整体处于下滑态势，由2010年的46.9%降至2016年的26.3%，减少了20.6个百分点（详见表3、图3）。

表3 2010—2016年期刊阅读率变化情况

单位：%

年份	期刊阅读率
----	-------



2010年	46.9
2011年	41.3
2012年	45.2
2013年	38.3
2014年	40.3
2015年	34.6
2016年	26.3

数据来源：中国新闻出版研究院历次“全国国民阅读调查”。

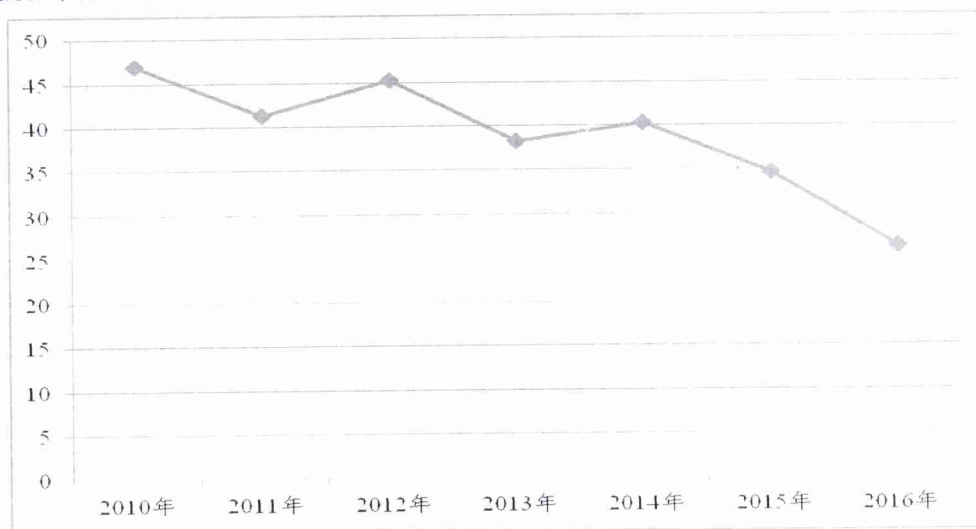


图3 2010—2016年期刊阅读率变化趋势

受纸质期刊阅读率走低影响，加之部分期刊经营单位调整经营方式，从单纯依靠扩大发行量增加发行收入转向追求最优发行量主要获取广告收入，全国期刊出版总印数由增转降，出现下滑。根据原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《中国新闻出版统计资料汇编》数据显示，在2010—2012年期间，期刊出版总印数持续上升，自2013年开始略有下降，自2014年开始降幅明显增大<sup>3</sup>，至2016年全国期

3 尽管如此，当时仍有为数不少者对期刊未来发展趋势继续持乐观、积极态度。如时任中国期刊协会会长石峰先生就认为：“新媒体技术的发展对阅读取向的改变已然不可逆转”、“但同时，期刊不会很快消亡，在相当长一个时期内，纸质期刊与电子读物各有生存的理由和存在的空间”（《中国期刊协会会长石峰分析认为：期刊业发展呈现六种新常态特征》，见《中国新闻出版报》2015年2月2日）。



刊出版总印数已由 2012 年的 33.48 亿册降至 26.97 亿册，降幅 19.44%（详见表 4、图 4）。《特别文摘》《特别关注》《青年文摘》《故事会》等著名大众类期刊的平均期印数也纷纷下滑<sup>4</sup>。

表 4 2010—2016 年期刊出版总印数变化情况

单位：亿册、%

年 份	总印数	
	实际值	增长速度
2010 年	32.15	—
2011 年	32.85	2.18
2012 年	33.48	1.92
2013 年	32.72	-2.27
2014 年	30.95	-5.41
2015 年	28.78	-7.01
2016 年	26.97	-6.29

数据来源：原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《中国新闻出版统计资料汇编》。

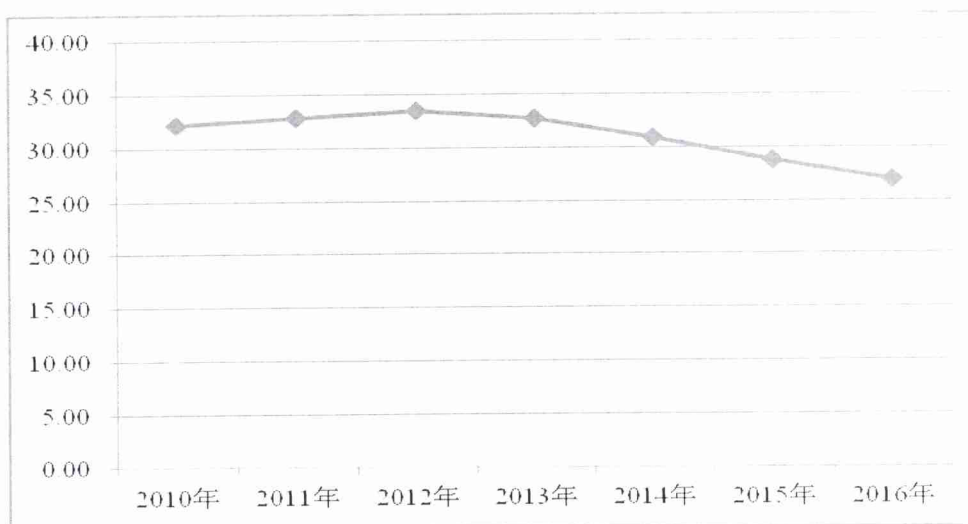


图 4 2010—2016 年期刊出版总印数变化趋势

4 根据原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《中国新闻出版统计资料汇编》数据显示，2010—2015 年，《特别文摘》平均期印数由 204 万册下降至 89.63 万册；《特别关注》由 298.77 万册降至 226.38 万册；《青年文摘》由 124.26 万册降至 118.45 万册；《故事会》由 204.93 万册降至 100.58 万册。2016 年后该汇编不再发布相关数据，故截止时间为 2015 年。

### 3. 期刊出版营业收入、广告收入由升转降

受期刊印数下降和数字出版、新媒体冲击的影响，期刊出版的营业收入和广告收入同样由升转降，最近几年降幅明显。根据原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《新闻出版产业分析报告》数据显示，2010—2013年，期刊出版营业收入持续增长，由150.56亿元增至221.99亿元；但自2014年开始，期刊出版营业收入逐年下滑，2016年期刊出版营业收入跌至200亿元以下（193.70亿元）（详见表5、图5）。

表5 2010—2016年期刊出版营业收入变化情况

单位：亿元

年 份	营业收入
2010年	150.56
2011年	162.61
2012年	220.86
2013年	221.99
2014年	212.03
2015年	200.99
2016年	193.70

数据来源：原国家新闻出版广电总局规划发展司各年《新闻出版产业分析报告》。

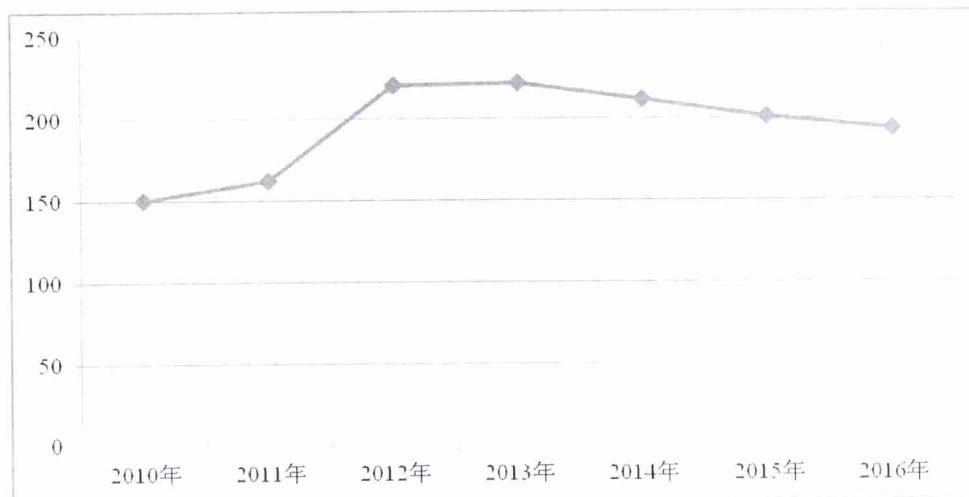


图 5 2010—2016 年期刊出版营业收入变化趋势

受期刊总印数下滑趋势的影响，期刊广告收入出现滑坡。据 CTR 市场研究公司《中国广告花费》显示，2010—2015 年，我国期刊广告收入增速持续下滑，自 2013 年开始，我国期刊广告收入由增转降，此后降幅逐年加大，2016 年我国期刊广告收入下降 30.5%，不仅为近年来最大降幅，且已远远超出传统媒体广告市场 6% 的降幅水平。另据中国新闻出版研究院《国际出版业发展报告（2016 版）》资料显示，美国期刊广告收入由 2010 年的 139.40 亿美元减少至 2015 年的 118.50 亿美元，其增速则是先升后降，自 2014 年开始逐渐下滑，2015 年美国期刊广告收入增速降幅超过 5%（详见表 6、图 6）。

表 6 2010—2015 年中美期刊广告收入增长情况对比

单位：%

年 份	中国期刊广告收入增速	美国期刊广告收入增速
2010 年	19.00	—
2011 年	14.40	-4.59
2012 年	6.80	-7.37
2013 年	-6.60	2.44
2014 年	-10.20	-1.11

2015年	-19.80	-5.05
2016年	-30.50	—

数据来源：CTR 市场研究公司《中国广告花费》、中国新闻出版研究院《国际出版业发展报告（2016版）》。



图6 2010—2016年中美期刊广告收入增速对比

总而言之，由于人们阅读方式转变，数字化阅读日益普及，并成为人们获取信息的主要方式，导致纸质期刊阅读率持续走低，给纸质期刊的发展与生存带来较大冲击，使得期刊出版总印数、营业收入与广告收入均已由升转降，呈现出明显的持续下滑态势，且在未来可预计的一段时间内，这一趋势将会继续保持。这意味着纸质期刊的生存、发展空间整体上正趋于收缩。面对这一态势，即使是已经存在的老牌期刊，也将面临严峻的生存与发展挑战，而对于项目拟建设的新刊来说，无论是以发行收入为主，还是以广告收入为主，亦或以发行收入和广告收入相结合，其市场拓展难度都将进一步提高，经营风险也会进一步加大，实现预期收益的不确定性显著提升。

## （二）公司期刊业务遇到新变化、新情况

近年来，公司期刊业务出现一些新变化、期刊经营遇到一些新情

况，具体分述如下。

### 1. 公司期刊业务出现新变化

受上述大环境背景的影响，公司期刊出版发行量、广告总版面数起伏波动，先升后降，近两年来曾出现较大滑坡。根据公司提供数据，2010—2016年，以《读者》为核心的公司期刊发行量于2012年达到最高（增幅4.71%，也是最高），经2013年基本稳定后，于2014年出现小幅下滑，2015年受《读者》杂志调价等因素影响，降幅增至10.70%，但2016年降幅又减小到低于2014年水平；广告总版面数在2013年达到最高点（增幅34.43%，也是最高），于2014年再度下滑，2015年降幅达到16.09%（详见表7、图7）。

表7 2010—2016年公司期刊出版业务发展情况

单位：万册、%、版

年 份	发行量		广告总版面	
	实际值	增长速度	实际值	增长速度
2010年	9314	—	—	—
2011年	9158	-1.67	641	—
2012年	9589	4.71	607	-5.30
2013年	9560	-0.30	816	34.43
2014年	9414	-1.53	780	-4.41
2015年	8407	-10.70	654.5	-16.09
2016年	8291	-1.38	577	-11.84

说明：2010年广告业务总版面数据未统计。



图 7 2010—2016 年公司期刊出版业务发展变化趋势

## 2. 公司期刊经营遇到新情况

随着期刊发行量与广告总版面的变化，公司期刊营业收入和毛利润也起伏波动，使得公司期刊经营的不确定性有所增加。根据公司提供数据，2010—2015 年，公司期刊营业收入在历经 2012 年和 2013 年的小幅下滑和 2014 年的较大下滑（降幅 7.60%）后，于 2015 年实现了 12.59% 的显著增长，但随后又下降 9.07%；毛利润也在历经 2011—2013 年的起落之后，于 2014 年和 2015 年连续增长，但到 2016 年又再次下滑，呈现出更强的起伏与不确定性（详见表 8、图 8）。

表 8 2010—2016 年公司期刊出版经营发展情况

单位：万元、%

年 份	营业收入		毛利润	
	实际值	增长速度	实际值	增长速度
2010 年	21248.60	—	8256.18	—
2011 年	21450.86	0.95	8676.60	5.09
2012 年	21075.02	-1.75	8038.48	-7.35
2013 年	20806.92	-1.27	7923.47	-1.43
2014 年	19224.72	-7.60	8084.05	2.03



2015年	21645.81	12.59	8355.35	3.36
2016年	19682.67	-9.07	8152.27	-2.43



图8 2010—2016年公司期刊出版经营发展变化趋势

在这一背景下，公司为应对期刊市场整体下滑趋势的冲击，减少自身期刊业务波动的影响，强化质量、提升品质、稳固现有市场，拓展延伸业务，实行了许多举措，例如：不定期开展编辑技能比赛，提升人员素质能力；《读者》杂志提价（每册定价自2015年第1期开始由4元提高到6元）；围绕期刊重要受众群体——学校和学生开展校园阅读推广活动；《读者欣赏》于2015年与甘肃民航机场集团签署战略合作协议，推出甘肃民航专刊；《飞碟探索》自2015年开始围绕观测星空、遗址探险等主题组织开展科考营活动，等等。

同时，公司还尝试利用自有资金进行了积极探索，并对现有刊物进行了适当调整。《明周刊》（由《文化博览》于2014年初更名）《漫画品》（由《宝葫芦动漫画刊》于2013年下半年更名）《华夏理财》相继于2016年和2018年休刊。

由此可见，针对目前期刊市场的变化态势，为降低经营风险，公

司采取了充分挖掘现有期刊市场潜力，集中优势资源经营好现有刊物的应对策略。这就要求公司集中精力，适当收缩战线，不单纯追求品种数量扩张，注重内涵式发展。而当年项目设立的初衷恰恰是通过建设新刊增加品种数量、扩大内容覆盖门类，带动公司期刊业务发展，已与当前公司应对当前期刊市场重大变化的指导思想存在一定差距。

### 三、结论与建议

综上所述，受人们阅读方式变化影响，纸质期刊市场受到来自数字出版与新媒体的较大冲击，纸质期刊阅读率、期刊出版总印数、营业收入和广告收入近年来均出现了不同程度的下滑，且一时难以回升，导致市场空间受到挤压，纸质期刊的生存和发展遇到严峻挑战。同时，受前述变化态势影响，公司期刊业务与经营也出现波动甚至下滑，经营风险与不确定性有所增加。对此，公司采取了集中优势资源经营好现有刊物、充分挖掘现有期刊市场潜力的应对策略，在无较大把握的情况下不倾向于增加新的期刊品种。在这种情况下，继续建设项目所列各类新刊，将存在较高的市场风险，难以实现预期收益。

鉴于此，建议公司结合内、外部环境变化，综合评估继续执行项目的价值和意义，考虑终止或变更项目；同时集中人力、物力、财力等优势资源办好现有刊物，应对当前期刊业务中出现的新问题、遇到的新情况与新挑战，进一步提升现有期刊的品质与竞争力，加快创新传播方式，主动应对阅读方式的转换，加快现有期刊的优势拓展和融合发展。