

2014.12.29

中国图书出版发行行业 2014 年度研究 报告



联合资信评估有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.

中国图书出版发行行业 2014 年度研究报告

时间：2014 年 12 月 29 日

分析师：

胡鑫

010-85679696

huxin@lhratings.com

传真：010-85679228

地址：

北京市朝阳区建国门外大街2号中国人保财险大厦17层（100022）

www.lhratings.com

概要

图书出版发行行业是新闻出版行业的重要分支，目前形成了以约 30 家综合出版发行集团公司为主体和分散单一的出版社并存的竞争格局；图书出版发行行业规模继续保持扩大趋势，图书出版品种增长速度有所下滑，但重印、重版品种占比提高，体现行业整体发展质量有所上升。目前国家对于图书出版发行企业支持力度大，政策稳定性强，有利于行业内企业增强综合竞争力，并减轻财税负担。结合行业发展现状，版权保护、数字出版和教材教辅改革应是行业发展重点关注的领域。目前，行业竞争格局多样化，有限的优质出版资源呈现向品牌化、集团化、市场化企业集中的趋势，内生和外延性增长潜力是未来挖掘的重点。

行业内发债企业整体竞争力较强，具有一定区域垄断优势，经营风险较低；行业营业利润率较高，债务负担较轻，偿债能力普遍较强，信用等级较高。随着相关企业资产收入规模的扩张，应重点关注贸易和房地产等非主业带来的流动资金压力、未来融资需求，以及对发债企业盈利水平和债务负担带来的影响。

展望 2015 年，图书出版行业作为弱周期行业，仍将保持较好的信用品质；未来政策支持力度和导向有望保持稳定，行业展望稳定。

一、行业概况

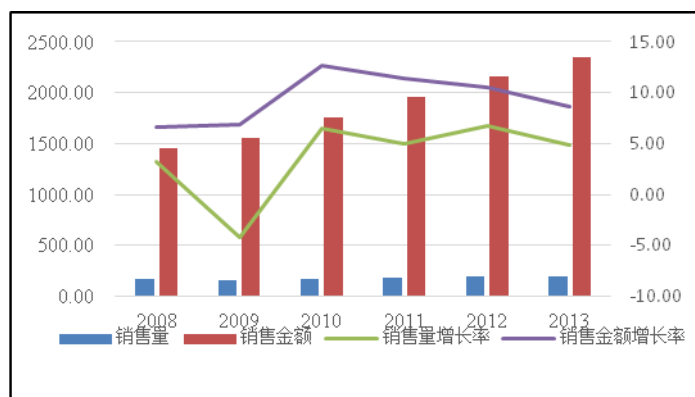
图书出版发行行业是新闻出版行业的重要分支。由于图书、刊物和报纸三个主要出版物经营上专业性较强且存在一定差异，本文以图书出版发行行业为主要研究对象。部分数据采用全行业指标。

产业规模持续扩大，但增速总体放缓

出版方面，2013 年全国共出版图书 44.4 万种，较 2012 年增加 3.0 万种，同比增长 7.4%（其中，新版图书 25.6 万种，同比增长 5.8%）；总印数 83.1 亿张（册），同比增长 4.9%；图书出版实现营业收入 770.8 亿元，同比增长 6.5%；利润总额 118.6 亿元，同比增长 2.9%。受文化、科学、教育及体育类图书品种增速显著放缓影响，图书出版品种增速下降 4.7 个百分点（其中新版图书回落 10.8 个百分点），重印、重版图书品种则同比增长 9.6%，增速较上年提高 3.4 个百分点。增速放缓与相关部门近年来着力实施图书精品战略，采取多种措施引导图书出版单位由追求数量转向提高质量、以及整顿图书出版，特别是教辅类图书出版秩序的政策相吻合，行业增长质量有所提高。发行方面，2013 年全国新华书店系统和出版社自办发行单位实现出版物总销售额 2346.2 亿元，较 2012 年增长 8.6%；全国共有出版物发行网点 17.2 万处，同比下降 0.1%。出版物发行业实现营业收入 2710.7 亿元，增长 12.1%；利润总额 221.1 亿元，增长 12.8%。从近年的发展趋势看，自 2010 年开始，中国出版物销售量增长率有所波动，销售额增长率则逐年下滑，行业增速总体放缓。出版物销售金额增长率始终高于销售量增长率，表明出版物价格逐步增长。

图 1 近年中国出版物销售及增长情况

（单位：亿册、亿元、%）



资料来源：中国新闻出版研究院

多样化的竞争格局

从地理上看，中国出版资源及相关机构（包括发行集团等）主要集中在北京、上海以及沿海发达地区；另外，由于中国教材教辅出版发行的区域性特征明显，一些教育大省的出版发行企业规模也较大（如河北、山东等）。前十个地区产业规模分别占到新闻出版行业营业收入的 73.30%、资产总额的 71.10%和利润总额的 65.10%。

表 1 2013 年各地区新闻行业总体经济规模综合评价

综合排名	地区	综合评价得分
1	广东	2.5977
2	北京	2.2869
3	江苏	1.7960
4	浙江	1.7826
5	山东	1.2656
6	上海	1.1839
7	河北	0.4096
8	安徽	0.2994
9	福建	0.2491
10	四川	0.2333

资料来源：中国新闻出版研究院

注：该表统计范围为新闻出版行业整体经济规模；综合评价得分系选取营业收入、资产总额、所有者权益（净资产）和利润总额 4 项指标，采用主成分分析方法，通过 SPSS 直接计算所得，仅用来显示各地区的相对位置。

从出版企业竞争格局来看，经过一系列整合，目前中国形成了以约 30 家综合出版集团公司为主体和分散单一的出版社并存的竞争格局。

以出版品种为标准，传统出版领域可分为教育出版、大众出版和专业出版。教育出版领域以人民教育出版社占据优势地位，其中小学教材市场占有率约占全国的 50%。其余市场被依托大学资源的大学出版社、地方综合出版集团以及语文社等专业出版社三类市场主体占据。业余教育、大中专课本、职业教育等教育类图书的出版较为市场化，市场竞争主体多，价格限制相对较小，是目前出版集团寻求收入增长的重点领域。大众出版领域由于竞争主体多，产品品种多，单个企业市场份额不大，但随着时代出版传媒股份有限公司等一批行业领军企业的做大做强，有限的出版资源呈现向品牌化、集团化、市场化企业集中的趋势。专业出版领域方面，市场逐步形成了以中央部委所属出版社为主（如中国科技出版传媒集团等），地方科技出版社、专业大学出版社和一些综合性出版社为辅的格局。专业出版门类多，涉及面广，进入门槛相对较高，行业权威性和品牌知名度至关重要。目前图书出版仍限制仅为国有企业准入，国有出版企业拥有书号资源，民营出版商若出版书籍需要向国

有出版社购买书号资源。若行业出版限制取消，市场竞争将更加激烈。

从发行格局来看，目前，中国的图书发行渠道主要分为主渠道（以国有的新华书店、外文书店、邮政系统和出版社自办渠道为主）、二渠道（民营渠道为主），还有网络书店、读者俱乐部以及团购直销等形式。新华书店在发行方面占据了龙头地位，在教材教辅发行方面具有垄断优势；伴随新课标和高考改革，各省教育本地化趋势日趋明显，大部分省份都拥有自己独立开发的省版教材，由地区出版社自己出版，依托单一来源采购制度由当地发行集团垄断发行；同时，各省教材出版发行单位还通过租型其他版本教材（如人教版、凤凰版等），获得其在本省的独家发行权。以上这一体制使得中小学教育出版成为大型发行集团现阶段构建竞争壁垒的重要业务。一般图书市场上，总发行权已经向民营开放，非国有发行机构正致力于树立自身品牌，发行渠道多、进入门槛低使得行业内竞争激烈，业内经常有价格战出现。近年来兴起的网络销售对于传统的实体店经营构成较大威胁，特别是民营书店。同时，一些出版社为了顺应销售渠道的多样化，开始投放产品在各大电商进行销售，虽然可以保障销售，但由于电商价格透明，折扣水平高，使得利润受到侵蚀。

总体看，图书出版发行行业在教育和专业出版领域竞争壁垒相对较高，拥有此类业务的出版发行集团竞争优势明显；大众出版领域竞争较为激烈，单个企业取得较大市场份额的难度较大。伴随政策引导，行业正逐步进入规模化发展的整合期，具有一定竞争壁垒，媒介形态先进、资本平台优越、创意人才集聚、图书品牌优势明显的公司将在行业竞争中获得有利地位。

表 2 2013 年发行和出版集团综合排名情况

综合排名	发行集团	综合得分	出版集团	综合得分
1	安徽新华发行（集团）控股有限公司	2.9477	江苏凤凰出版传媒集团有限公司	3.3378
2	四川新华发行集团有限公司	2.3331	湖南出版投资控股集团有限公司	1.8721
3	湖南新华书店有限责任公司	1.1955	山东出版集团有限公司	1.3163
4	浙江省新华书店集团有限公司	0.8861	中国教育出版传媒集团有限公司	1.2606
5	江西新华发行集团有限公司	0.8830	江西省出版集团公司	1.0178
6	上海新华发行集团有限公司	0.6907	安徽出版集团有限责任公司	0.9224
7	山东新华书店集团有限公司	0.5217	中国出版集团公司	0.8520
8	河北省新华书店有限责任公司	0.4694	浙江出版联合集团有限公司	0.8127

9	河南省新华书店发行集团有限公司	0.4000	河北出版传媒集团有限责任公司	0.6074
10	重庆新华书店集团公司	-0.0120	中原出版传媒投资控股集团有限公司	0.4114

资料来源：中国新闻出版研究院

注：综合评价得分系选取主营业务收入、资产总额、所有者权益和利润总额四项指标

机构、体制改革加快与行业发展模式升级

2013 年 3 月，新组建的国家新闻出版广电总局正式挂牌成立，其管辖对象包括出版、报纸、期刊、广播、电视、电影六大传统行业，也涉及部分互联网业务，机构改革有利于引领新闻出版行业进行多资源的整合创新。国家新闻出版广电总局还取消行政审批项目 14 项，另有 6 项下放给社会组织，同时也与相关行业政策关于鼓励跨媒体、跨行业并购重组的引导方向相一致。伴随行业机构、机制改革进度加快，行业发展模式在纵向和横向上都出现了较大变化。纵向发展方面，在数字出版技术快速发展，以及销售渠道多样化扩张的带动下，传统出版行业丰富的出版资源获得了更大的价值体现。出版企业将更加注重对于“内容生产-加工-销售-传播-数据挖掘-内容生产”这一全流程的思考，一部图书资源可以从传统的纸质书转变为纸质书、电子书、影视剧内容、广播剧、国际版权输出等多领域多媒介的立体内容开发。从横向发展来看，近年来图书出版企业在资本获得渠道拓宽以及国家产业政策的引导下，逐步向文化产业的全领域发展，如行业龙头凤凰传媒相继收购了手机游戏公司慕和网络、影视剧公司传奇影业和在线网络电视 PPTV 等。

整体看，机构、体制改革的加快与行业发展模式的升级形成较强的一致性。目前，相当一部分国内大型出版发行集团已经进入影视、手游等新媒体领域，但与出版发行主业相比，尚未形成规模效应。确保横向和纵向发展的关键在于：（1）传统业务出版质量不断提高，加大品牌建设，提高竞争力和构建竞争壁垒；（2）解决多业务品牌融合、人才构建的关键性问题；（3）知识产权保护制度的完善建立。

二、行业政策

出版发行行业属于国家重点支持的文化产业分支之一，政策出台密集，扶持力度大。梳理近年各部门出台的行业政策，主要涉及三个大方面，一是宏观政策方面（此处不包含财税政策），主要涉及对行业地位的确定和对行业发展的规划引导；二是教材教辅类政策，该类政策以规范市场为主，特别是在出版发行资质和价格管控

方面对行业影响较大（详见“行业关注”部分）；三是税收优惠和融资类政策，主要涉及增值税、营业税和所得税以及鼓励企业多渠道融资和小微企业融资等方面。2013 年是政策出台尤为密集的一年，涉及了数字出版和经营体制改革等多方面内容，最为关键的税收优惠延续政策也于 2013 年出台，政策支持力度明显加大。

2013 年 8 月，国务院下发《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（以下简称“《意见》”）。《意见》提出要大力发展数字出版等新兴文化产业，促进数字文化内容消费。《意见》的出台将促使出版业更加注重自身数字化建设，为用户提供更好的数字内容，以实现促进信息消费扩大内需的要求。同时，《意见》也为出版业提出了加大内容生产创新的挑战。

2013 年 11 月，国务院下发《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》（以下简称“《决定》”）。《决定》鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版。该项政策有利于民营资本进入出版行业，增强行业发展活力。

2014 年 10 月，国家新闻出版广电总局出台《深化新闻出版体制改革实施方案》，强调要逐步完善新闻出版管理体制，增强新闻出版单位发展活力，建立健全多层次出版产品和要素市场，推进出版公共服务体系标准化均等化和提高新闻出版开放水平。

税收方面，此前财政部发布的《关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（以下简称“《通知》”）已于 2012 年 12 月 31 日到期。该《通知》主要内容是对部分出版物在出版环节执行增值税 100%先征后退的政策，并对部分新华书店执行增值税免税或先征后退政策。2013 年 12 月 25 日，财政部、国家税务总局颁布《关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》财税〔2013〕87 号，上述增值税和营业税税收优惠政策继续执行，延长至 2017 年 12 月 31 日，并且扩大了免征图书批发、零售环节增值税的范围。从 2014 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日延续享受中小学学生课本在出版环节增值税 100%先征后退；除中小学学生课本以外的其它图书、期刊、音像制品、电子出版物等出版物在出版环节增值税 50%先征后退；相关发行企业免征图书批发、零售环节增值税的税收优惠政策，支持力度较大。所得税方面，根据《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策的通知》（财税[2009]34 号）（执行期限为 2009 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日）和

国务院办公厅发布的《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》（以下简称“国办发[2014]15 号文”）（执行期限为 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日）符合条件的公司享受所得税免税优惠，使得相关企业所得税实际税负水平保持较低水平。2014 年 12 月，为贯彻落实国办发〔2014〕15 号文有关规定，财政部等单位发布《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》，旨在进一步深化文化体制改革，继续推进国有经营性文化事业单位转企改制。

总体看，出版发行行业作为文化产业的重要一环，其战略地位日益突出。相关政策密集出台，且一致性、延续性较强，有利于引导、支持行业持续稳定发展。

表 3 近年行业主要政策汇总

发布时间	政策名称	主要内容
2006 年	《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》	鼓励出版和发行集团公司相互持股，进行跨地区、跨部门、跨行业并购、重组；推动有条件的出版、发行集团公司上市融资；建立必要的经营性分支机构；鼓励非公有资本以多种形式进入政策许可的领域。
2006 年	《中小学教辅材料管理办法》	加强对中小学教辅材料的管理，减轻学生负担。
2009 年	《文化产业振兴规划》	明确文化产业的战略地位和拉动增长的引擎作用。
2011 年	《关于进一步加强中小学教辅材料出版发行管理的通知》	从出版、发行、价格、市场等多方面规范教辅出版发行。
2011 年	《新闻出版业“十二五”规划》	提高数字出版产值；鼓励组建大型出版传媒集团；鼓励跨媒体、跨行业、跨所有制的并购重组等。
2012 年	《关于加强中小学教辅材料价格监管的通知》	自 2012 年秋季开学，对中小学主要教辅实行支付指导价管理，价格标准降低。
2013 年	《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	大力发展数字出版等新兴文化产业，加大内容生产创新。
2013 年	《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》	鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版。
2013 年	《关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》	在 2017 年底以前，对宣传文化事业增值税和营业税优惠政策作适当调整后延续。
2014 年	《深化新闻出版体制改革实施方案》	完善新闻出版管理体制；增强新闻出版单位发展活力；建立健全多层次出版产品和要素市场；推进出版公共服务体系标准化均等化；提高新闻出版开放水平。
2014 年	《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》	旨在进一步深化文化体制改革，继续推进国有经营性文化事业单位转企改制。

资料来源：联合资信整理

三、行业关注

教辅业务面临新的变革

出版发行企业的教材教辅业务在现行体制下处于垄断地位。目前，课本总印数占全国总出版的约 40~50%。教材教辅业务一般能占到省级出版发行企业 60~70% 的收入。新课标教材的全面普及和教辅新政的实施对经营形成一定影响。

目前，2011 年前出台的义务教育课程标准编写的教材已经正式退出课堂，取而代之的是按照新课程标准编写的教材。实施新课标，教材将采用多版本，而教辅一般都要严格与教材配套，新课标的推行和高考区域化的显现，使得市场更加细化，教辅的个性化和实效性变得更加重要。

政策方面，针对 2012 年国务院发布的《关于加强中小学教辅材料使用管理工作的通知》（以下简称“《通知》”，亦被业内称为“教辅新政”），各省市相关部门普遍出台了细则并进行了实践。按照《通知》的相关要求，省级教育行政部门需要对进入本省中小学校的同步类教辅材料进行评议，择优选出若干套进行公告。各地市教材选用委员会需按照教科书选用的程序，从本省教辅材料评议公告中，一个学科每个版本选择 1 套教辅材料推荐给本地区学校供学生选用（即同步练习册的“一科一辅”政策）。伴随政策的实施，教辅市场开始区分“目录版”和“市场版”（即非同步类教辅）。“目录版教辅”方面，同步类教辅出版单位必须拿到教材编写单位的授权许可，支付版权使用费，才能参加教辅的评议，相较于实力雄厚的国有出版集团（一般同时出版发行自有的教材教辅产品），民营出版公司在进入各地“教辅推荐目录”时明显处于劣势。“目录类教辅”开始被出版集团当作第二套教材对待。同时需要关注的是，自教辅教材评议推荐办法实施以来，教辅教材的发行价格和发行程序都得到进一步规范，全国大部分省区教辅材料价格出现下降（相关部门对目录类教辅定价实行“保本微利”和最低发货折扣的限定），在发行量上升的同时，盈利水平出现波动。市场化教辅方面，各省市新华书店开始更加注重市场化零售教辅的销售，这也将侵蚀民营教辅一部分市场。总体看，自教辅新政实施以来，在出版环节，60%~90% 的原民营出版商被挤出了市场；在发行环节，原民营发行商基本失去了市场。教辅资源呈现逐步向拥有新华渠道、政策优势的国有出版集团集中的趋势。

教材发行机制改革

2002 年以前，中国中小学教材由政府指定出版发行渠道，并根据国家发改委规定的印张基准价和计算公式制定教材价格。2002 年教育部课改首次提出推行教材出版发行招投标方案，并于 2008 年秋季将中小学教材出版发行招投标工作从 11 个试点省份推向全国。从实际效果来看，现阶段教材出版发行业务的跨区域发展仍旧受制于地方保护政策，招标的最终结果多为单一教材采购源，有限的变化主要体现在教材发行时单一来源需提供一定的发行折扣。但从中长期来看，虽然教材发行改革可能阻力较大，但教材出版发行业务的跨区域、完全公开市场化招投标仍将是政策的主导方向。从影响来看，若实行完全公开化招标，首先相关企业现有的垄断发行地位将受到影响，收入规模可能出现较大幅度下降；其次，教材招标将进一步扩大竞争，降低教材业务盈利水平。除了招标制度的变化，人教版教材租型业务也是未来可能发生变化的业务。

资金使用效率与使用方向

出版发行类企业货币资金规模普遍较大，货币资金占流动资产比重均值可达 40% 左右。货币资金占比高一方面反映了图书出版发行行业所需运营资金较大的特点，另一方面也反映了相关企业对于资本的利用率较低，使用方向有待调整。

出版发行企业在进行资金使用时有三个选择：一是主业投资，包括内容出版建设、销售渠道建设等；二是进行多元化投资，以降低经营风险和扩大收入规模；三是补充营运资金。从实际情况看，出版发行企业募集资金使用效率普遍较低。相当一部分企业用募集资金补充流动资金，然后再用闲置的自有资金做委托贷款和购买银行理财产品，如：2012 年 8 月至 2013 年 2 月，中南传媒委托贷款规模达到 2 亿元，但其发布的公告显示，截至 2012 年期末，中南传媒募投项目“中南基础教育复合出版项目”和“全国出版物营销渠道建设项目”尚未投入，“湖南省新华书店电子商务平台项目”投入进度仅为 1.88%， “湖南省新华书店区域中心门店改造升级项目”投入进度为 2.41%。另一出版集团河北出版传媒集团截至 2013 年底委托贷款规模达到 7.19 亿元、国债回购 8.35 亿元、银行理财 10.79 亿元。2013 年，北方联合出版传媒（集团）股份有限公司（股票代码：60199）、江苏凤凰出版传媒股份有限公司（股票代码：601928）和河北出版传媒集团有限责任公司的其他流动资产分别占流动资产的 22.43%、25.13% 和 37.31%。除了对于资金的使用效率低，高收益型委托理财和委

托贷款业务还可能给出版发行企业带来一定财务风险。

数字出版难题待破

近年来，随着互联网和移动终端的快速发展，数字化阅读模式逐渐盛行；传统纸质出版发行业受到一定冲击。从世界发达国家出版产业看，数字出版收入已占到部分企业的 50%以上，数字出版成为行业持续增长的重要业务，然而目前中国数字出版的发展并不乐观。

2013 年，中国数字出版产业整体收入规模为 2540.35 亿元，同比增长 31.25%，行业规模增长迅速，但官方统计口径包含了互联网广告、手机游戏等多领域，其中有关出版发行业的互联网期刊、电子图书和数字报纸三个细分领域的总收入仅为 61.75 亿元，仅占数字出版总收入的 2.43%，中国数字出版的发展现状仍不乐观。目前，中国数字出版的核心问题在于版权保护，同时在内容生产、运营和渠道建设等多方面也存在较大改进空间。

随着互联网和移动终端的快速发展，数字化阅读无可争议的成为具有吸引力的选择，亚马逊电子书和 kindle 终端的畅销证明了数字化阅读的刚性需求。然而，由于中国缺乏版权保护的有效措施，一些出版企业无法在数字出版方面进行内容投放。一部畅销书可能在被盗版后放在各大互联网媒体进行转载，收费的正版电子书没有市场空间。中国数字出版较为领先的盛大文学统计，其排名前十的小说，通过百度搜索引擎，平均被盗版 800 万次以上，最受欢迎的小说有 5000 多万条链接，这些链接中有 99% 的都是盗版。此外，由于盗版严重，有限的电子书资源在相关零售渠道进行投放时，不得不接受零售端较低的定价和较高的分成比例，使得出版社盈利受到较大冲击，积极性下降。由于在新媒体介质投放数字化资源受阻，目前中国数字出版主要集中在数据库集成（如方正阿帕比电子书数据库、龙源期刊网等）和以政府采购为主导的教育数字化领域（包括电子书包、数字化教学平台等）。

除了核心的版权问题，中国数字出版目前多处在内容与终端渠道直接对接的阶段。数字化阅读群体和纸质阅读群体在阅读空间、时间、喜好等多方面不尽相同，如果缺乏中间的制作、营销和数据挖掘等程序，数字出版质量只能停留在对出版资源的简单电子化。

总体看，版权保护是数字出版目前面对的最大瓶颈；版权问题使得中国目前数字出版发展质量处于较低层次，不利于企业增加对数字出版的积极性。从中长期来

看，随着国家对于出版方面法制建设的完善，以上问题有望得到解决。

四、发债企业基本情况分析

图书出版发行行业经营及财务特点、评级要素及行业均值指标详见附件 1-3。截至 2013 年底，可划分为出版发行类企业且公开披露财务数据的发债企业共 10 家，均为中国大型出版、发行集团；其中综合性出版发行集团 4 家，发行集团 3 家，出版集团 3 家。所有企业信用等级均在 AA 及 AA 以上，体现了评级机构对行业综合信用品质的判断较高。从信用等级迁移趋势来看，随着行业内发债企业的经营规模的较快增长，信用等级向上迁移趋势明显。2014 年 1 月，江苏凤凰出版传媒集团有限公司信用等级上调至 AAA，成为图书出版发行行业信用等级最高的企业；2014 年 5 月，安徽新华发行(集团)控股有限公司信用等级上调至 AA+；2014 年 12 月，河北出版传媒集团有限责任公司信用等级上调至 AA+。

表 4 中国图书出版发行企业发债基本情况（2013 年度）

（单位：亿元、%）

	公司简称	所处区域	营业收入	资产总额	利润总额	经营活动现金流净额	营业利润率	资产负债率	全部债务资本化比率	EBITDA/利息倍数	目前评级	评级机构
综合性出版发行集团	江苏凤凰出版传媒集团有限公司	江苏	127.55	374.48	19.22	3.40	29.41	48.02	42.08	7.49	AAA	上海新世纪
	中原出版传媒股份有限公司	河南	72.28	101.72	6.14	11.89	31.00	49.74	26.40	12.34	AA	大公国际
	中文天地出版传媒股份有限公司	江西	113.87	119.41	7.22	14.53	15.17	48.52	30.75	17.96	AA	大公国际
	河北出版传媒集团有限责任公司	河北	72.72	101.76	6.98	6.50	19.28	51.67	33.51	7.14	AA+	联合资信
发行集团	安徽新华发行(集团)控股有限公司	安徽	105.79	115.50	6.45	-5.73	12.90	50.18	39.21	(124.45)	AA+	中诚信
	重庆市国有文化资产经营管理有限责任公司	重庆	66.88	83.08	3.22	10.47	32.89	70.41	60.34	3.95	AA+	中诚信

	上海新华传媒股份有限公司	上海	18.47	62.03	--	--	59.65	52.61	2.19	AA	上海新世纪	
出版集团	安徽出版集团有限责任公司	安徽	114.34	121.46	5.91	-1.03	9.97	54.47	52.04	4.23	AA	大公国际
	上海世纪出版集团	上海	36.27	56.21	2.39	3.23	28.99	44.50	27.27	10.50	AA ⁺	上海新世纪
	重庆出版集团公司	重庆	15.90	66.88	0.96	-1.83	22.98	65.61	58.01	1.96	AA	鹏元资信

资料来源：wind 资讯、联合资信整理

注：安徽新华发行(集团)控股有限公司 EBITDA/利息倍数为负的原因是当年公司财务费用表现为净流入。

表 5 中国图书出版发行企业财务数据同比变动情况（2012-2013 年度）

（单位：亿元）

	公司简称	营业收入同比变动	资产规模同比变动	利润规模同比变动	经营活动现金流净额(2012)	经营活动现金流净额(2013)	营业利润率(2012)	营业利润率(2013)	资产负债率(2012)	资产负债率(2013)	全部债务资本化比率(2012)	全部债务资本化比率(2013)
综合性出版发行集团	江苏凤凰出版传媒集团有限公司	7.50%	22.78%	20.55%	9.13	3.40	30.46%	29.41%	46.10%	48.02%	38.56%	42.08%
	中原出版传媒股份有限公司	35.97%	25.93%	106.01%	3.17	11.89	31.98%	31.00%	47.51%	49.74%	25.96%	26.40%
	中文天地出版传媒股份有限公司	13.83%	42.07%	38.47%	12.02	14.53	14.86%	15.17%	52.19%	48.52%	35.02%	30.75%
	河北出版传媒集团有限责任公司	42.58%	13.84%	71.51%	13.88	6.50	24.02%	19.28%	59.21%	51.67%	33.96%	33.51%
发行集团	安徽新华发行(集团)控股有限公司	94.89%	42.29%	30.19%	-2.79	-5.73	22.17%	12.90%	37.22%	50.18%	22.24%	39.21%
	重庆市国有文化资产经营管理有限责任公司	8.51%	11.56%	2.22%	17.86	10.47	31.91%	32.89%	68.89%	70.41%	58.82%	60.34%
	上海新华传媒股份有限公司	2.90%	3.54%	--	--	--	--	--	57.34%	59.65%	49.99%	52.69%
出版集团	安徽出版集团有限责任公司	31.09%	15.67%	7.79%	3.55	-1.03	12.04%	9.97%	52.42%	54.47%	50.18%	52.04%
	上海世纪出版集团	5.83%	13.14%	-1.22%	3.00	3.23	29.90%	28.99%	42.22%	44.50%	24.23%	27.27%
	重庆出版集团公司	-4.00%	-1.89%	13.94%	-0.81	-1.83	23.14%	22.98%	68.70%	65.61%	62.61%	58.01%
平均值	--	23.91%	18.89%	32.16%	--	--	24.50%	22.51%	53.18%	54.28%	40.16%	42.23%

资料来源：wind 资讯、联合资信整理

从盈利水平看，发债企业营业利润率整体处于较高水平，但分化较为明显。主业突出的企业，如江苏凤凰出版传媒集团有限公司，盈利水平较高；而盈利水平出现分化主要与贸易、房地产等非主业占比等因素有关，如出版集团中安徽出版集团有限责任公司营业利润率显著低于上海世纪出版集团和重庆出版集团公司，主要是

由于其收入中物资和医药贸易占比高。从变动趋势来看，发债企业主业盈利水平整体呈小幅下降趋势，相当一部分企业出现了贸易业务收入增速较快，拉低盈利水平的现象；同时，成本增长，教材教辅限价，市场竞争激烈等因素亦对行业盈利水平构成一定负面影响。从偿债能力方面，10 家发债企业债务水平和债务负担上升的有 7 家，下降的有三家；企业平均资产负债率和全部债务资本化率小幅上升，但整体债务负担仍处于较低水平，对利息保障程度较高。

综合看，2013 年发债企业资产和收入规模增长较快，盈利能力总体有所下滑，但主业盈利能力仍较强；债务水平和债务负担小幅上升，但仍处于较低水平。多元化发展有利于增强企业抗风险能力，未来仍需重点关注多元化发展带来的流动资金压力和未来融资需求，以及对发债企业盈利水平和债务负担带来的影响。

五、行业展望

作为弱周期行业，行业需求仍然看好

图书出版发行行业受宏观经济影响较小，且多媒介多渠道的出版资源利用属性使得出版发行行业能够逐步适应日益变化的消费方式。教育出版发行领域仍将保持较为刚性的需求，一般图书方面也将随着文化消费的旺盛保持增长，但在出版品种日益增多，信息消费日益丰富的情况下，具有优势品牌、优质出版资源的图书才能更好的分享消费需求。

政策支持力度和导向有望保持稳定，财税政策存在不确定性

作为提高国家影响力，促进消费和就业的绿色产业，国家对于图书出版发行的总体政策导向有望保持稳定。版权保护政策作为行业健康发展的重要保障，有望继续得以细化和加强；教育出版领域政策仍将以保障教材教辅出版发行的规范化和价格的合理化为目标，教育资源数字化将得到更多支持；短期内教材发行的市场化相关政策仍难以出台，现行政策仍将使教育出版发行领域保持较强的竞争壁垒。财税政策方面，预期国家仍将鼓励资本对于该行业的支持；现有税收优惠政策已延续至 2017 年，2017 年后是否延续存在一定不确定性，对具有优质资源的中小出版企业进行定向支持是未来财税政策重要方向。

内生和外延性增长是未来挖掘的重点

目前，出版资源盈利模式呈现多样化特点，数字化阅读、网上书店销售、版权海外输出等模式逐步被发掘，成为传统企业新的增长点。一方面，无论是哪种盈利模式，其核心都是以前端出版环节的优质内容输出为前提和核心，因此相关企业继续提高内容质量、保持内生性增长仍然关键；另一方面，版权保护问题急需从国家层面得到更多的强制性引导，从而为行业内生性增长创造健康环境。除了在传统业务上的内生性增长，逐步向大传媒、大文化领域横向发展的空间也是巨大的。从国际领域看，著名传媒巨头贝塔斯曼集团除具有图书和杂志出版公司外，媒体内容业务还包括了有线电视和唱片公司，同时还设立了专门的传媒基金公司用于大媒体行业的股权投资；从国内领域看，国家新闻出版总署和广电总局的合并从国家层面为横向资源整合提供了样例。总体看，内生和外延性增长仍是未来行业挖掘的重点。

品牌化、集团化、专业化将成为发展趋势

目前，中国年出书品种总量已经达到 40 余万种，竞争日趋激烈，消费者对图书题材、图书内容质量要求也日益提高。优质出版资源的提供者对于出版商的编辑能力和市场推广能力有着严格要求，因此图书出版只有实现品牌化和专业化，才能吸引更多的出版资源。实现品牌化和专业化的重要途径是出版企业集团化，集团化的实现有助于树立统一品牌，提高融资和业务开展能力，同时也有助于将各出版社零散、重合的出版资源进行重组整合，以加强综合竞争力。

综合看，行业内主要企业在国家政策的引导下，资产收入规模持续扩大，发展势头良好。行业竞争格局多样化，优质出版资源呈现向品牌化、集团化、市场化企业集中的趋势。版权保护、数字出版和教材教辅改革是目前行业发展中重点关注的领域。目前，整个新闻出版行业占 GDP 比重（约为 1%~2%）与十二五规划中达到国家支柱产业的目标仍存在较大差距（5%以上）。未来 1-5 年内，版权保护预期将得到更大改善，现有行业支持政策将保持稳定，在此背景下，图书出版发行行业内生和外延性增长潜力巨大，随着品牌化和集团化的推进，行业发展质量和整体竞争力有望继续提高。

行业内发债企业整体竞争力较强，具有一定区域垄断优势，主业保持了较强的盈利能力，经营风险较低。企业负债水平和债务负担上升较为缓慢，且绝对水平较

低，债务负担较轻，信用等级较高。随着竞争日趋激烈，主业高速增长承压，相关企业贸易、房地产等非主业的较快增长可能加大企业资金需求，降低企业资产周转效率，进而影响流动性。因此，未来仍需关注企业业务发展稳健性和债务增长情况。

展望 2015 年，图书出版行业作为弱周期行业，仍将保持较好的信用品质；未来政策支持力度和导向有望保持稳定，行业展望稳定。

附件 1 发债企业财务与经营特点

1.1 资产与债务结构

出版发行行业在编辑和发行等环节主要依赖人力资源，发行网点主要为成本模式计量的固定资产或者租赁资产为主，轻资产经营特性明显；由于具有资本投资规模较小、教材教辅业务相对垄断经营、发行及供销业务量大等特点，流动资产中货币资金、应收账款、其他流动资产和存货等科目占比较大。

出版发行类企业货币资金规模普遍较大，货币资金占比高一方面反映了图书出版发行行业所需运营资金较大的特点，另一方面也反映了前述资本利用率较低的问题。

应收账款方面，出版发行集团的销售渠道大体可分为三类，分别为系统销售、经销和政府采购。经销主要是一般图书，全国性教辅等出版物，除自身销售渠道外，由各地经销商以门店和网络零售方式向终端客户销售图书，销售周期较长，一般在六个月左右。对于拥有优质出版资源的品牌出版社，其应收账款规模相对较小；而对于图书畅销度一般的出版社，由于其相对于发行渠道的相对依赖，导致账期相对较长。政府采购主要指免费教材和目录类教辅政府采购，由于教材和目录类教辅占出版发行集团收入比重较大，其应收项目也主要受教材教辅业务回款情况影响。教材发行主要集中于每年春秋两季，一般情况下，春秋两季开学以后，企业才能陆续收到结算款项，有的甚至需要延期至下一年。因此，在每年的 3 月末和 9 月末，企业的应收账款余额较大。但由于免费教材实行省级政府统一采购，采购资金由中央财政承担，因此该项应收账款回收风险很小。系统销售主要包括馆配和学校渠道，其账款回收保障度也较强。

出版发行行业存货的核算特性主要体现在存货跌价准备的计量上，一般按账龄计提。《新闻出版业会计核算办法》将出版物提成差价定性为存货跌价准备，该办法规定，纸质图书分三年提取跌价准备，当年出版的不计提；前一年出版的，按年末库存图书总定价提取 10%—20%；前二年出版的，按年末库存图书总定价提取 20%—30%；前三年及三年以上的，按年末库存图书总定价提取 30%—40%。可以看出，该办法规定的计提标准依据是出版物的出版时间，但出版时间在财务系统上没有明确记录，给财务上计算提成差价带来困难，存在一定操作难度；另外，出版时间早的图书不一定销售不好，如词典类、古诗词类图书等；而时效性很强的图书不

一定市场前景，如教辅等，因此目前存货的会计核算方式存在改进的空间。存货规模与当年总订货量具有一定相关性，企业年末存货中通常有一部分为供下一年春季学期用书。另外，企业存货中包含纸张、纸浆的等原材料，需注意其价格波动风险。

非流动资产方面，出版发行业企业非流动资产占比普遍在 30%以下。非流动资产中，固定资产占比相对较高，大型出版发行公司业务链较广（大部分具有印刷业务）、且一般拥有较多的营业网点，成为固定资产的主要组成部分。另外，近年来，随着出版企业转型改制的推行，部分企业开始投资文化地产、数字出版基地、数字印刷基地等方面的建设，使得固定资产、投资性房地产等科目规模增长较快。另一个具有行业特点的科目是无形资产，该科目包括了与行业紧密相关的发行权、代理权、商标和著作权。

总体看，出版发行集团资产构成以流动资产为主，货币资金充裕，在出版和发行环节经营正常的情况下，可保持较强的流动性；应收账款存在一定账期，应注重一般图书的回款管理；非流动资产以销售网络、印刷资产为主；除主业外，应关注贸易和房地产等非主营业务对企业存货周转效率、回款质量带来的影响。

1.2 负债与偿债能力

出版发行集团以流动负债为主，部分企业甚至没有长期负债；这与行业高比例的流动资产结构相匹配；流动负债中应付账款一般占比较大。相对于单纯的出版集团，产业链完整的综合类出版发行集团的核心优势是销售渠道。销售终端网络在出版发行业务链中处于优势地位，其应付供应商（出版社）的欠款规模可能较大。同时，用于当年春秋教材教辅、一般图书、报刊杂志等的稿酬费用在年中尚未支付，一般会于年底根据印刷量或发行量统一结算，也会形成应付账款。除应付账款外，其他应收款和预收账款也在流动负债中占有一定比例，由于出版发行集团资金充裕，短期借款比例一般不超过 10%。

对出版发行集团的偿债能力产生影响的主要因素是应付账款、应付债券和长短期借款的偿还能力。发债企业中，出版发行集团 EBITDA 对有息债务覆盖程度普遍高于其他行业，EBITDA 利息倍数普遍在 2 倍以上，高者接近 30 倍；综合类出版发行企业有息债务规模较小，全部债务资本化比率较低，盈利能力较强，且现金类资产充裕，综合偿债能力强。

1.3 成本核算、费用控制与经营效率

1.3.1 成本核算

出版发行集团的主营业务成本主要为发行和出版业务成本，内容主要包括外购图书成本（外部出版社和外部发行企业）、纸张材料费、印装费和稿费等。其中发行业务成本占比较高，成本核算相对简单，其主营业务成本多为采购的图书成本（即进价成本）和纸张成本。一般图书出版业务中，由于一般图书属于市场定价，其销售价格为按照印张基准价所确定码洋的一定折扣，因此纸张成本与销售价格为正相关关系，企业通常可以采取后端转移的方式消化由此带来的成本压力，一定程度上消除了纸张价格波动的影响；教材、评议公告类教辅的发行价格均采取政府指导定价的方式，因此在政府重新调整定价之前，需企业自行承担成本上涨压力，对企业盈利能力造成不利影响。另外，教材出版纸张采购通常进行提前备货，因此成本确认相对于纸张价格变动具有滞后性。出版业务成本以教材和一般图书出版为主，成本核算相对较为复杂。由于图书出版的多品种、小批量的特点，导致不同书种之间所带来的生产成本（如印张、稿费、印装费等）各有不同，每种图书之间的可比性并不高。编录费用和工业企业的制造费用类似，但工业企业制造费用可以按一个标准摊销，出版业务编录费用的摊销则具有一定难度。

1.3.2 费用控制

销售费用方面，目前出版发行集团正面临转型升级、行业并购和拓展省外市场的需要，市场终端环节的宣传推广和物流运输及人力资源的投入推动销售费用增长；管理费用的增长主要由引进各类新技术人才以及正常的人力成本增加引起。目前，中国各省由于经济规模和人均收入水平的差异，使得各省区出版发行集团的人工成本存在一定差异，进而影响公司销售费用、管理费用和营业成本的整体水平。财务费用方面，出版发行集团利息收入规模普遍较大，财务费用占三费比重相对较小，且多体现为净流入，对期间费用有抵消作用，因此在考察出版发行企业期间费用水平时，应考虑财务费用体现为净流入的情况。

1.3.3 经营效率

存货周转率是衡量出版发行类企业的重要指标。存货周转率一定程度上反映了发行销售网络的销售能力和所出版图书的受欢迎程度，对于有贸易和房地产业务的相关公司来说，该指标同样具有重要意义。应收账款周转率反映了企业的回款情况，特别是在考察对经销商依赖比较大的企业时有重要作用；此外，回款实洋与发

货（销售）码洋的比值也可以反映企业的回款情况，从而考察企业的盈余质量。

1.3.4 盈利能力

从出版发行两大主业来看，发行业务由批发业务和零售业务构成，零售业务毛利率较批发业务高，以批发业务收入为主的企业毛利率较低。若分品种分析，发行业务主要销售品种包括：教材、教辅和一般图书。教材发行业务的毛利率影响因素主要为免费教材的发行费用折扣率和纸张、运输成本等。政府集中采购的目录内教材毛利率相对较低；毛利率相对较高的职业高中教材与中小学教材目录外用书所占销售比重越高，企业教材业务的毛利率就越高。一般图书发行业务的毛利率影响因素主要为上下游的议价能力、市场供求和图书品种的结构，重点选题和重大选题的一般图书毛利率较低。在出版业的五个环节中，作为编审环节的出版业务，是内容的制造者，因此出版业务一般都能够产生较高的盈利。除主业外，很多企业还涉及贸易、印刷和地产开发业务。印刷和物资供销环节市场化程度较高，进入门槛较低，毛利率相对比较低；房地产业务盈利水平相对较高。整体看，出版发行集团综合毛利率差异较大，需根据其业务结构具体分析。

除日常经营外，税收优惠政策对出版发行集团盈利能力（特别是净资产收益率等指标）亦构成较大影响。由于政府部门先征后返审核周期的差异，导致各期增值税先征后返金额波动较大。营业外收入中的当年增值税返还额应与现金流量表中收到的税费返还科目具有勾稽关系。

1.3.5 现金流

经营活动现金流方面，出版发行类企业现金收入比差异性和波动性特征较强。全年经营活动产生的现金流入波动主要受当年秋季教材政府采购款是否及时支付，贸易业务及一般图书回款质量等因素影响。其他科目方面，目前出版行业享受税收优惠政策支持较大，收到的税费返还科目主要是收到的增值税返还款；收到其他与经营活动有关现金主要是政府补助和奖励、往来款、利息收入和合同违约补偿等。投资活动现金流方面，出版发行企业每年购买理财产品规模较大，体现在支付和收到其他与投资活动有关的现金。

1.3.6 结论

综合看，出版发行集团在存货、成本核算等多个方面具有较强的行业特性；企业资产流动性较好，资产质量总体较高，但资金使用效率一般；企业债务规模较小，偿债能力较强；经营活动现金流受教材教辅、贸易、一般图书回款情况，投资

活动现金流受购买理财产品情况影响较大；盈利能力与业务结构和出版发行能力关联性大，随着市场化进程的推进和竞争的加剧，综合毛利率水平面临下行压力；相关企业目前享受较强的税收优惠支持，有利于企业减轻负担，加快转型，增强核心竞争力。

附件 2 大型出版、发行集团评级方法

本部分主要论述了联合资信在分析中国大型出版、发行集团评级方法时所考虑的主要信用因素。

根据受评企业实际特点，联合资信认为大型出版、发行集团的信用评级可从经营素质、财务素质、管理素质和外部因素进行多方位考量。

经营素质重点考察经营规模和经营质量。经营规模以绝对值考核为主，如收入规模、年出版、发行量等，对揭示企业的抗风险能力、产业链完整度有重要参考意义；经营质量以可比性较强的相对值考核为主，如图书再版率，销量超过万册种数占比，主业结构等，考核以揭示企业核心竞争力、盈利能力为主要目的，并可以和行业内其他企业进行直观性对比。

财务素质方面，应在充分了解出版、发行企业财务核算特点的基础上，结合企业业务结构、市场地位等经营因素进行分析，重点考察企业主业和非主业业务的财务稳健性，包括回款及存货管理、编印发板块之间的收入分配与成本核算的合理性，债务规模与偿债能力，委托贷款风险、以及贸易及房地产业务所产生的财务风险等。

管理素质方面，由于相当一部分受评大型出版、发行集团经历了国有企业改制过程，应从公司制度健全程度、人员效率、历史负担、费用控制等多方面对管理素质进行考核。

文化产业是国家重点支持的行业，因此在评价相关企业外部因素方面，应考察政府支持政策的延续性，以及各地方是否在土地、税收及其他文化补贴方面有特殊的支持。这里需要关注的是，出版、发行类企业的收益仍应以主业收益为主，对于主业盈利能力一般，同时过于依赖政府补贴、税收优惠等非经常性损益的企业应该重点关注。

部分要素分析

1. 业务结构

出版发行行业是编-印-发产业链较为清晰的一个行业，若从产业链完整性和收入资产规模角度进行分析，综合性出版发行集团由于具备了出版和发行两块重要资产，是信用等级评定最重要的考察因素之一。综合性出版发行集团产业链完整，抗

风险能力强，一般为各省的省级出版发行集团。这类集团一般垄断了教材教辅的主要出版发行业务，经营规模、利润和现金流非常稳健。从发债企业信用等级看，综合性出版发行集团信用等级普遍较高。但需要关注的是业务结构中的非主业因素（如贸易和房地产等板块业务）。一般来讲，贸易和房地产业务都对企业经营规模的增长有较大推动作用，但近年来一些企业受自身发展需要，相关业务增速过快，出版发行等主业占收入占比降低，且贸易和房地产业务对企业资金的占用（主要表现为应收账款和存货的增长）以及对整体盈利能力的影响都较大（房地产板块一般而言可加强企业盈利能力，贸易板块则显著降低了企业盈利能力）。

2. 出版物品种结构

出版物品种包含了教材教辅、一般图书、报刊杂志等。中国拥有巨大的教育消费需求，涉及教育出版和发行一般能够带来稳定的收入、现金流和利润。如企业具有上述业务，可以进一步考察已通过教育部审定教材种数、当地教育人口以及代理人教版和自身教材的合计市场占有率等指标。对于一般图书的考察也应该是多方面的，包括图书再版率，细分市场（如少儿图书、青春文学、古籍图书等）占有率等。

3. 盈利能力

影响盈利能力的因素较多，前述的业务结构是重要因素之一。除此之外，从出版环节看，出版物的内容质量（也可理解为畅销度或者出版企业的品牌效应）对盈利有影响。内容一般的图书只能依赖高折扣促使发行商销售图书，而畅销书不仅折扣损失低，且由于重印率高，使得出版环节盈利能力显著提高。从发行环节看，以一般图书发行为主的企业由于面对较为激烈的市场竞争，盈利水平可能略低，而包含教材教辅发行的企业由于其相对垄断优势，可以保障较高的盈利水平。这与 3.2 中出版物品种结构的相关分析也是相辅相成的。

4. 区位

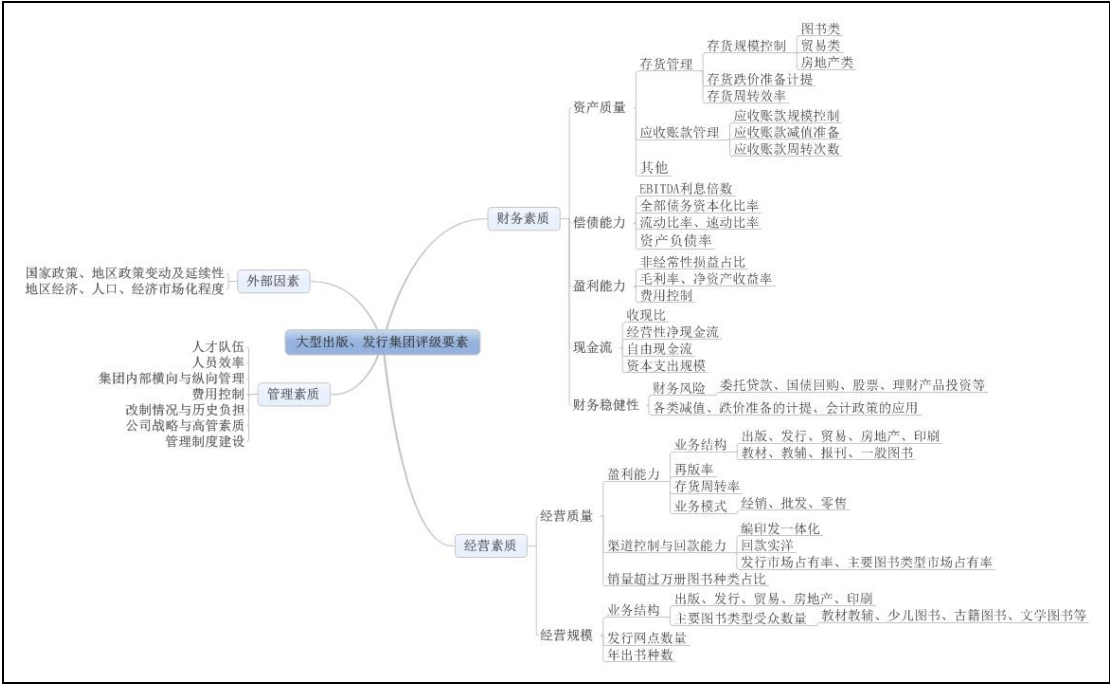
区位可以显示当地的出版资源、出版发行受众数量、市场化程度以及对当地市场的垄断性。

5. 财务稳健性

包括重点指标、重点科目是否符合行业特点，是否涉及委托贷款和高收益理财

产品，应收账款和存货计量的稳健性、房地产及其他非主业投入资金规模、并购风险等等。相关指标分析包括营业利润率、净资产收益率、应收账款及存货周转率、EBITDA 利息倍数、全部债务资本化比例等。

图 1 大型出版、发行集团评级要素



资料来源： 联合资信整理

附件 3 行业内部分企业财务指标

表 1 行业内部分企业流动资产占总资产比例情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	77.93%	76.65%	75.83%
中南传媒	82.96%	82.49%	80.56%
凤凰传媒	63.14%	72.67%	78.06%
南方出版	61.03%	61.76%	76.49%
中文传媒	73.62%	69.57%	64.04%
河北出版	69.32%	64.12%	61.95%
平均水平	71.33%	71.21%	72.82%

资料来源：wind 资讯

综合性出版发行集团业务形式最为丰富，财务特性更复杂，研究此类企业对于把握整个出版传媒行业产业链具有重要意义。目前，中国具有代表性的综合性出版发行集团包括：凤凰出版传媒股份有限公司（601928，以下简称“凤凰传媒”）、中南出版传媒集团股份有限公司（601098，以下简称“中南传媒”）、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司（60199，以下简称“北方出版”）、南方出版传媒股份有限公司（IPO 预披露企业，以下简称“南方出版”）、中文天地出版传媒股份有限公司（600373，以下简称“中文传媒”）以及河北出版传媒集团有限责任公司（以下简称“河北出版”）。

表 2 行业内部分企业全部债务资本化比率情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	6.48%	4.40%	4.08%
中南传媒	2.24%	2.18%	1.51%
凤凰传媒	0.26%	0.01%	0.00%
南方出版	25.87%	27.01%	28.96%
中文传媒	30.75%	35.02%	37.70%
河北出版	29.93%	32.96%	24.69%
平均水平	15.92%	16.93%	16.16%

资料来源：wind 资讯

表 3 行业内部分企业管理费用和销售费用占比情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	22.55%	24.30%	20.81%
中南传媒	26.77%	26.72%	26.97%
凤凰传媒	28.01%	28.48%	27.85%
南方出版	21.00%	20.28%	17.97%
中文传媒	8.72%	9.38%	12.68%
河北出版	15.30%	20.42%	27.37%
平均水平	20.39%	21.60%	22.28%

资料来源：wind 资讯

表 4 行业内部分企业经营效率情况

公司简称	应收账款周转率（次）		
	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	4.19	4.36	4.77
中南传媒	14.11	16.84	19.16
凤凰传媒	26.16	27.77	21.86
南方出版	6.71	7.09	6.56
中文传媒	13.02	11.01	10.86
河北出版	14.05	14.95	10.64
平均水平	13.04	13.67	12.31

公司简称	存货周转率（次）		
	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	1.70	1.54	1.67
中南传媒	4.50	4.24	3.95
凤凰传媒	2.81	2.65	2.69
南方出版	4.30	4.05	3.95
中文传媒	14.91	13.44	9.99
河北出版	4.81	4.08	2.61
平均水平	5.51	5.00	4.14
公司简称	总资产周转率（次）		
	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	0.52	0.52	0.59
中南传媒	0.65	0.61	0.57
凤凰传媒	0.53	0.52	0.60
南方出版	0.75	0.77	0.77
中文传媒	1.10	1.25	1.12
河北出版	0.76	0.61	0.46
平均水平	0.72	0.71	0.69

资料来源：wind 资讯

表 5 行业内部分企业综合毛利率情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	21.61%	23.72%	22.97%
中南传媒	39.24%	38.65%	39.57%
凤凰传媒	37.82%	38.25%	39.14%
南方出版	26.63%	27.23%	25.36%
中文传媒	15.46%	15.14%	18.37%
河北出版	19.68%	24.47%	32.26%
平均水平	26.74%	27.91%	29.61%

资料来源：wind 资讯

表 6 行业内部分企业出版业务毛利率情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	36.84%	32.92%	26.82%
中南传媒	27.73%	27.16%	27.52%
凤凰传媒	26.66%	26.17%	25.83%
南方出版	25.52%	25.96%	23.42%
中文传媒	23.26%	25.72%	28.25%
河北出版	27.00%	27.76%	29.28%
平均水平	27.84%	27.62%	26.85%

资料来源：wind 资讯

表 7 行业内部分企业发行业务毛利率情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
北方出版	14.85%	16.04%	18.49%
中南传媒	34.40%	32.14%	32.36%
凤凰传媒	27.46%	28.48%	31.27%
南方出版	26.72%	25.83%	20.41%
中文传媒	32.19%	34.15%	35.39%
河北出版	31.70%	40.51%	45.03%
平均水平	27.89%	29.53%	30.49%

资料来源：wind 资讯

表 8 行业内部分企业现金收入比情况

公司简称	2013 年	2012 年	2011 年
------	--------	--------	--------

北方出版	96.92%	120.48%	109.51%
中南传媒	101.86%	99.68%	103.58%
凤凰传媒	116.96%	107.02%	125.40%
南方出版	93.43%	94.19%	97.13%
中文传媒	109.89%	117.58%	102.43%
河北出版	103.55%	116.33%	115.48%
平均水平	103.77%	109.21%	108.92%

资料来源：wind 资讯