读者出版传媒股份有限公司

Duzhe Publishing&Media Co., Ltd.

兰州市城关区南滨河东路 520 号

首次公开发行股票并上市招股说明书

（申 报 稿）

保荐机构（主承销商）

华龙证券股份有限公司

兰州市东岗西路638号

重要声明

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）		
发行股数	不超过 6,000 万股。其中新股发行数额不超过 6,000 万股，公司现有股东将其于本次发行前持有的公司股份以公开发行方式一并向投资者发售数额不超过 3,800 万股，老股发售所得不归发行人所有。		
每股面值	人民币 1.00 元	**每股发行价格**	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日	**拟上市的证券交易所**	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 24,000 万股		
本次发行前股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺	发行人控股股东读者集团承诺：除根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其已直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后6个月发行人股票期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，其持有发行人上述股份的锁定期限自动延长6个月。 发行人其他股东光大资本、时代出版、酒钢集团、甘肃国投、甘肃电投、国投创新、中化资产、通用投资、外研投资和《中国经济周刊》杂志社承诺：除根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其已直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收		

	购该部分股份。 根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94 号）的有关规定，发行人首次公开发行股票并上市后，由发行人国有股股东读者集团及时代出版、酒钢集团、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社转由全国社会保障基金理事会持有的本公司国有股，全国社会保障基金理事会将承继原国有股东的禁售期义务。
保荐人（主承销商）	华龙证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2015 年 5 月 13 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者，在评价本公司本次发行的股票时，应特别关注下列重大事项和风险，并认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司本次发行前总股本18,000万股，本次拟发行不超过6,000万股，其中新股发行数额不超过6,000万股，公司现有股东将其于本次发行前持有的公司股份以公开发行方式一并向投资者发售数额不超过3,800万股，发行后总股本不超过24,000万股。

发行人控股股东读者集团承诺：若根据询价结果预计公司本次新股发行可能出现超募的，将按照发行方案公开发售部分老股，且承诺不会因此导致公司实际控制人发生变更。除在公司首次公开发行股票时根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后6个月发行人股票期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，其持有发行人上述股份的锁定期限自动延长6个月。

发行人其他股东光大资本、酒钢集团、甘肃国投、甘肃电投、时代出版、国投创新、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社承诺：除在公司首次公开发行股票时根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其已直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94号）的有关规定，本公司首次公开发行股票并上市后，由发行人国有股股东读者集团及时代出版、酒钢集团、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社转由全国社会保障基金理事会持有的

本公司国有股，全国社会保障基金理事会将承继原国有股东的禁售期义务。

二、关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司特制定以下股价稳定预案：

（一）稳定股价措施及启动原则

1、公司首次公开发行 A 股股票并上市（以下称“公司上市”）之日起三年内公司收盘价连续 20 个交易日低于最近一期已披露的财务报告载列的每股净资产（以下称“稳定股价措施启动情形”），则应启动本预案规定的稳定公司股价措施。

2、本预案中应采取稳定公司股价措施的责任主体包括控股股东、公司以及公司的董事和高级管理人员。

本预案中规定的应采取稳定公司股价措施的董事特指公司的非独立董事，不包括公司独立董事。本预案中应采取稳定股价措施的董事、高级管理人员既包括在公司上市时任职的董事、高级管理人员，也包括公司上市后三年内新任职董事、高级管理人员。

3、稳定公司股价的措施包括：

（1）由控股股东增持公司股票；

（2）由公司回购公司股票；

（3）由公司董事、高级管理人员增持公司股票；

（4）公司董事会、股东大会通过的其他稳定股价的措施。

上述措施可单独或合并采用。

4、在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形，且满足如下条件时，公司控股股东、董事和高级管理人员负有增持公司股票以稳定公司股价的义务：

（1）增持股票的时间符合相关法律法规、规范性文件及证券交易所的监管规则的规定；

（2）增持股票的数量不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

（3）增持股票的价格不高于最近一期已披露的财务报告载列的每股净资产；

（4）增持股票符合相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定。

如控股股东、董事和高级管理人员在本预案规定的实施期限内（以下称“实施期限”，定义见第（二）条第3款规定）增持股票将导致违反上述任何一项条件的，则控股股东、董事和高级管理人员在该等期限内不负有增持公司股票以稳定公司股价的义务。

5、如控股股东、董事和高级管理人员在本预案规定的实施期限内增持股票满足上款规定所有条件的，原则上控股股东、董事和高级管理人员每轮增持股票的限额如下：

（1）控股股东每轮用于增持公司股票的资金总额不应少于人民币1,000万元，但每轮增持公司股份数量不超过公司总股本的2%；

（2）每名有增持义务的董事、高级管理人员每轮用于增持公司股票的资金不少于其上年度自公司取得薪酬总额的20%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度自公司取得薪酬的总额。

控股股东、董事和高级管理人员单独或合计增持股票满足上述任何一项条件时，控股股东、董事和高级管理人员该次增持股票的义务均视为得以履行。本款中的“每轮”指出现本预案规定的稳定股价措施启动情形时，为稳定股价而在本预案规定的实施期限内增持股票行为，包括在该等实施期限内单次增持或多次累计增持。

6、在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形，且满足如下条件时，公司负有启动回购公司股票程序以稳定公司股价的义务：

（1）公司股票上市已满一年、不会导致公司的股权分布不符合上市条件及满足相关法律法规、规范性文件及证券交易所的监管规则关于公司股票回购的其他条件；

（2）回购股票的价格不高于最近一期已披露的财务报告载列的每股净资产；

（3）回购股票符合相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定。

7、如公司在本预案规定的实施期限内回购股票将导致违反上款任何一项条件的，则公司在本预案规定的实施期限内不负有启动回购股票程序的义务。

8、公司上市之日起三年内，为稳定公司股价，控股股东单次或多次累计增持股票金额不超过5,000万元，公司单次或多次累计回购股票金额不超过5,000万元，公司董事、高级管理人员单次或多次累计增持股票金额不超过500万元。公司控股股东、董事、高级管理人员单次或多次累计增持股票已达上述金额的，其不再负有增持股票以稳定公司股价的义务，但控股股东、董事、高级管理人员自愿增持的除外。公司单次或多次回购股票已达上述金额的，公司不再负有回购股票以稳定公司股价的义务，但公司依法定程序启动回购股票程序的除外。

（二）稳定股价措施的实施

1、在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形时，公司董事会秘书应及时将该等情况告知公司的控股股东、董事（包括独立董事）、监事和高级管理人员并督促相关责任主体按照本预案的规定履行相应义务。

2、在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形起2日内，控股股东、公司董事、高级管理人员应就其是否有增持公司股票的具体计划，没有具体计划的原因或具体计划的内容（包括数量范围、价格区间、实施时间等）书面告知公司董事会。

控股股东与公司董事、高级管理人员可在自愿、友好协商的基础上，按照本预案第（一）条第5款的规定确定各自的增持股票方案。

3、控股股东、公司董事、高级管理人员提出的增持公司股票计划应在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形时30日内实施完毕。

4、公司控股股东、董事和高级管理人员增持公司股票的计划在提交公司董事会后，应按照相关法律法规、规范性文件及证券交易所的监管规则履行相应的信息披露义务。公司控股股东、董事和高级管理人应按照其提出的计划增持公司股票。实施期限届满后，控股股东、公司董事、高级管理人员应及时向公司通报其增持公司股票的实施情况。

5、在出现本预案规定的稳定股价措施启动情形起15日内，公司董事会应就

公司是否符合本预案规定的回购股票的条件进行研究商议，并事先征求独立董事和监事会的意见。公司董事会作出回购股票决议的，应按照《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等相关法律法规、规范性文件及证券交易所的监管规则公告董事会决议、回购股票预案，并在依法召开股东大会及履行其他法定程序后实施。监事会应对公司回购股份预案提出审核意见。公司回购股份预案经二分之一以上独立董事及监事会审核同意，并经董事会审议通过后提请股东大会审议。

6、公司董事会在考虑是否启动回购股票程序时，应综合考虑公司经营发展实际情况、公司所处行业情况、公司股价的二级市场表现情况、公司现金流量状况、社会资金成本和外部融资环境等因素。公司董事会认为公司不具备回购股票的条件或由于其他原因不宜回购股票的，应披露不予回购股票以稳定公司股价的理由。

7、监事会、半数以上的独立董事及单独或者合计持有公司百分之三以上股份的股东，均可以向董事会提交公司股份回购计划的议案，并由股东大会审议通过。

8、如按照上述规定实施稳定股价措施后，再次出现本预案规定的稳定股价措施启动情形的，则控股股东、董事、高级管理人员及公司应按照本预案的规定再次启动稳定股价程序。

（三）惩罚措施

1、控股股东负有增持股票义务，但未按本预案的规定提出增持股票计划和/或实施增持股票计划的，公司有权责令控股股东在限期内履行增持股票义务，控股股东仍不履行的，公司有权扣减其应向控股股东支付的分红。

2、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员负有增持股票义务，但未按本预案的规定提出增持股票计划和/或实施增持股票计划的，公司有权责令董事、高级管理人员在限期内履行增持股票义务，董事、高级管理人员仍不履行，公司有权扣减其应向董事、高级管理人员支付的报酬。

3、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增

持义务情节严重的，控股股东或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会同意更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

三、关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺

经中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定，公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司、公司主要股东、公司董事、监事、以及高级管理人员负有其所各自承诺的回购新股、购回股份、赔偿损失等义务。

（一）发行人相关承诺

公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法回购首次公开发行的全部新股；致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

如中国证监会认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在收到中国证监会作出的认定文件之日起10日内，会同公司控股股东启动回购公司首次公开发行的全部新股及购回已转让的原限售股份的程序，包括但不限于依照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则的规定召开董事会及股东大会，履行信息披露义务等；并按照届时公布的回购方案完成回购。

公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，回购价格为按经除权除息等因素累积调整后的发行价加算银行同期存款利息与公布回购方案前30个交易日公司股票的每日加权平均价格的算术平均值的孰高者。

若公司未能履行相关承诺，将采取如下约束措施：

1、公司将在中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因。

2、公司未能按照已作出的承诺回购首次公开发行的全部新股的，不足部分将全部由控股股东根据其作出的承诺购回。如控股股东未按照其作出的承诺购回，本公司将在控股股东逾期后20日内督促其履行购回义务，对其采取必要的法律行动（包括但不限于提起诉讼），并及时披露进展。

3、公司未能按照已作出的承诺赔偿投资者损失的，不足部分将全部由控股股东根据其作出的承诺赔偿。如控股股东未按照其作出的承诺赔偿投资者损失，本公司将在控股股东逾期后20日内督促其履行赔偿义务，对其采取必要的法律行动（包括但不限于提起诉讼），并及时披露进展等。

（二）发行人控股股东承诺

读者集团就发行人出具上述“（一） 发行人相关承诺”的履行情况承担连带责任：

1、如发行人未能按照其作出的承诺回购首次公开发行的全部新股的，不足部分将全部由读者集团予以购回，并应在发行人对读者集团提出要求之日起20日内启动购回程序；

2、如发行人未能按照其作出的承诺赔偿投资者损失的，不足部分将全部由读者集团在发行人对读者集团提出要求之日起20日内予以赔偿。

如未按已作出的承诺购回已转让的原限售股份和/或依法赔偿投资者损失的，将在中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，且发行人有权相应扣减其应向读者集团支付的分红并直接支付给投资者，作为对投资者的赔偿。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺：若发行人首次公开发行股票并上市招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。如未按本承诺依法赔偿投资者损失，公司可以扣减应支付给本人的工资薪酬或津贴，并直接支付给投资者，作为对投资者的赔偿。

四、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

（一）公司控股股东读者集团的持股意向及减持意向

读者集团承诺：所持发行人股份在锁定期满后两年内无减持意向；如超过上述期限拟减持发行人股份的，承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，并将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）光大资本的持股意向及减持意向

光大资本承诺：在持股锁定期届满后，本公司将严格遵守相关法律法规及上海证券交易所规则规定的各项要求，依法减持所持有的股份。

在锁定期届满两年内减持的发行人股份，减持价格不低于减持时发行人最近一期经审计的每股净资产；在锁定期届满两年后减持的读者传媒股份，减持价格以届时市场价格为基础，充分考虑对二级市场股价的影响后慎重确定。

若拟减持发行人股份，将在减持前3个交易日通过发行人进行公告，减持将通过上海证券交易所认可的方式依法进行。

五、本次发行前相关中介机构的承诺

就发行人本次发行事宜，华龙证券、正天合律师事务所、中喜会计师事务所向投资者做出如下承诺：

（一）保荐机构出具的承诺

华龙证券承诺：如在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，华龙证券将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促读者出版传媒股份有限公

司及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。华龙证券保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

（二）律师事务所出具的承诺

正天合律师事务所承诺：本所为读者出版传媒股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。具体而言，因本所未勤勉尽责，导致所制作、出具的法律意见书、律师工作报告等文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给认购发行人首次公开发行股票的投资者造成损失的，该所将严格按照《证券法》、最高人民法院《关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律、法规、司法解释的规定对前述投资者承担赔偿责任。

（三）会计师事务所出具的承诺

中喜会计师事务所承诺：本所为读者出版传媒股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

六、本次发行完成前滚存利润的安排

根据本公司 2013 年第一次临时股东大会决议，若本公司首次公开发行股票并上市经中国证监会核准并得以实施后，本公司发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东按持股比例共同享有。

七、公司的股利分配政策和现金分红比例规定

本公司重视对投资者的投资回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。根据《公司法》等法律法规、本公司《公司章程》（草案）的

规定，本次发行上市后，公司的股利分配政策如下：

（一）利润分配原则：公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对全体股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（二）利润分配形式：公司采取现金、股票、现金和股票相结合或者法律允许的其他方式进行利润分配，且优先采取现金分红方式。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（三）现金分红条件及比例：公司经营所得利润将首先满足公司经营需要，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将主要采取现金利润分配方式。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%。

公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（四）发放股票股利的条件：公司经营情况良好，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益的，可以在满足上述现金分红之余，提出股票股利分配预案，并经股东大会审议通过后执行。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等

真实合理因素。

（五）利润分配的期间间隔：原则上公司每年分红。公司根据实际盈利情况，还可以进行中期利润分配，中期利润分配的原则、办法及程序与年度利润分配一致。

（六）如股东发生违规占用公司资金情形的，公司在分配利润时，先从该股东应分配的现金红利中扣减其占用的资金。

（七）利润分配政策的调整：公司如因外部经营环境或自身经营情况发生重大变化确实需要调整或者变更现金分红政策的，应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报，经过详细论证后应由董事会作出决议，独立董事、监事会发表意见，提交公司股东大会批准。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。调整后的现金分红政策不得违反中国证监会及证券交易所的有关规定。

八、租赁控股股东权属瑕疵房屋

报告期内，本公司向控股股东读者集团租用位于兰州市南滨河东路 520 号的 B 座办公楼部分办公用房。该宗土地使用权人为甘肃画院，该办公楼为读者集团前身原人民社与甘肃画院联建，原人民社享有该办公楼的使用权。自房屋 1999 年建成交付使用以来，原人民社及读者集团一直为该办公楼的实际使用人，但未能取得相关权证。该办公楼所属土地使用权人甘肃画院未主张过并书面承诺不主张对读者集团实际使用该办公楼的权利。兰州市住房保障和房地产管理局亦对 B 座办公楼的合法性和读者集团对其拥有的使用权的合法性予以确认。由于读者集团未取得该房产的相关权证，读者集团已向本公司承诺：若因该办公楼产权纠纷导致本公司无法继续承租或给本公司造成损失，将无条件赔偿本公司因此所受全部损失。

九、特别风险提示

本公司提请投资者仔细阅读本招股说明书的“风险因素”一节的全部内容，并特别关注如下风险因素：

（一）税收优惠风险

本公司所属的出版发行行业是国家政策扶持的重点行业，在税收方面享受优惠政策。根据《财政部 国家税务总局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）及《财政部 国家税务总局 中宣部关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105号），经甘肃省委宣传部、财政厅、国税局、地税局联合认定，读者传媒2010年1月1日至2013年12月31日免征企业所得税。

2014 年 4 月，国务院办公厅印发《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》（国办发〔2014〕15 号），对文化出版行业继续实行税收优惠。为贯彻落实国办发[2014]15 号文件规定，财政部、国家税务总局、中宣部下发《财政部 国家税务总局 中宣部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》（财税[2014]84 号）。按照规定，发行人自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日可继续享受免征企业所得税的税收优惠。依据兰州市城关地税一局西关十字通[2015]14 号文件通知，发行人 2014 年度可享受免征企业所得税的优惠政策。

根据《财政部 国家税务总局关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2009]147 号、财税[2011]92 号）及《财政部 国家税务局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）的规定，本公司 2009 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日享受增值税优惠政策，本公司出版业务属于该通知规定范围内的少儿类出版物、中小学学生课本、老年类出版物、少数民族文字出版物及盲文图书期刊在出版环节实行增值税 100%先征后退政策，除此之外的其他图书和期刊、音像制品在出版环节实行增值税先征后退 50%的政策。

报告期内，2014 年、2013 年和 2012 年发行人收到的增值税返还及所得税减免总额分别为 4,788.99 万元、5,270.65 万元和 4,558.10 万元，分别占当期利润总额的 34.51%、32.65%和 31.34%，具有较强的行业特点。

上述税收优惠政策到期后，本公司享受的所得税及增值税优惠政策存在不确定性。若本公司不能继续享受上述税收优惠政策，公司经营业绩将受到不利影响。

（二）数字出版发展带来的风险

数字出版的迅速发展对传统出版带来巨大挑战，传统出版社如何在生产方式、运作流程等方面发挥数字出版的优势，实现传统出版和数字出版两种业态的相互融合、相互促进，将决定其在未来出版业的地位。

近年来公司十分重视在数字出版领域培育新业务，“读者”手机报、“读者”APP客户端等移动终端阅读产品均已上线运营。子公司读者数码相继研发推出“读者”电纸书、“读者”手机和“读者”平板电脑，并启动云图书馆建设项目。发行人是国家电纸书内容标准项目组副组长单位，具备电子出版、复制及总发行资质，并拥有省级数字出版工程研究中心。虽然本公司已为数字化产业战略奠定了基础，但如果不能适应消费者对数字出版的客观需求，加大数字出版业务投资力度，将失去拓展更广阔市场的时机，在未来的市场竞争中处于不利地位。

（三）纸质媒体竞争加剧，消费群体扩张难度加大

随着内容及市场细分的刊物品种层出不穷，大众消费类杂志与专业杂志目标消费群体日益重合，刊物内容同质化趋势日益严重，市场竞争不断加剧，特定刊物的目标消费者在不同程度上被稀释。

公司在期刊经营的策略上不再局限于对期刊内容的一次售卖，而是积极向第二次售卖、第三次售卖布局。同时，为了实现对目标消费群体的深度挖掘，公司推出高考作文素材增刊、中考作文素材增刊，编辑《读者 30 年合订本》以及《读者·校园版》，引导二次消费，提高购买率。但公司如果不能继续掌握内容资源，或不能准确把握消费趋势从而持续进行二次售卖、三次售卖，公司面临的纸质媒体竞争加剧、消费群体扩张难度加大的风险将持续存在。

十、主刊《读者》自 2015 年第 1 期提高发行价格

公司主刊《读者》自创刊发行以来，凭借其人文关怀的定位及独特的编辑风格赢得了一批批忠实的读者。《读者》发行量持续名列国内期刊类首位，“读者”品牌获得了广泛认同，并不断获得各权威机构的认可。截至 2014 年末，《读者》累计发行已超 16 亿册，取得了良好的社会和市场影响力。

为进一步贴近市场，自 2015 年第 1 期起，《读者》在印制、选张、内文、价格等方面均作出调整，发行价格提高 2 元，定价 6 元。《读者》的出版发行是公司业务收入和利润的重要来源，其发行价格的提高将对公司的盈利能力产生较大影响。

目 录

重要声明 1

发行概况 1

发行人声明 3

重大事项提示 4

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺 4
二、关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施 5
三、关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺 9
四、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向 11
五、本次发行前相关中介机构的承诺 11
六、本次发行完成前滚存利润的安排 12
七、公司的股利分配政策和现金分红比例规定 12
八、租赁控股股东权属瑕疵房屋 14
九、特别风险提示 14
十、主刊《读者》自 2015 年第 1 期提高发行价格 16

目 录 18

第一节 释 义 23

第二节 概 览 26

一、发行人简要情况 26
二、发行人控股股东及实际控制人简要情况 29
三、发行人主要财务数据及主要财务指标 29
四、本次发行情况 31
五、募集资金用途 31

第三节 本次发行概况 33

一、本次发行基本情况 33
二、本次发行的有关当事人 34

三、本次发行的有关重要日期 35
四、发行人与本次发行有关中介机构的关系 36

第四节 风险因素 37

一、政策风险 37
二、市场风险 39
三、经营管理风险 40
四、募集资金投资项目实施风险 42
五、净资产收益率下降的风险 42
六、大股东控制风险 42

第五节 发行人基本情况 44

一、发行人基本情况 44
二、发行人设立情况 44
三、发行人独立运营情况 58
四、发行人的股本形成及其变化和重大资产重组情况 60
五、历次股本变化的验资、资产评估情况及发起人投入资产的计量属性 73
六、发行人的股权结构和组织结构 75
七、发行人下属公司 79
八、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人情况 98
九、本次发行情况 103
十、发行人内部职工股的情况 105
十一、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况 105
十二、发行人员工及其社会保障情况 105
十三、发行人主要股东的承诺及其履行情况 113

第六节 业务与技术 116

一、公司主营业务和主要产品及其变化情况 116
二、发行人所处行业基本情况 117
三、发行人在行业中的竞争地位 146
四、主营业务具体情况 151
五、发行人主要固定资产和无形资产 185
六、公司主要技术与研发创新 202

七、境外业务 208
八、其他业务 208
九、公司产品质量控制 227
第七节 同业竞争和关联交易 229
一、同业竞争 229
二、关联方和关联关系 231
三、关联交易情况 232
四、关联交易对公司财务状况、经营成果和独立性的影响 236
五、规范关联交易的措施及制度安排 237
六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事对报告期内关联交易的意见 239
七、减少关联交易的措施 239
第八节 董事、监事、高级管理人员 241
一、董事、监事与高级管理人员的基本情况 241
二、董事、监事与高级管理人员及其近亲属的持股情况 247
三、董事、监事与高级管理人员的其他对外投资情况 247
四、董事、监事与高级管理人员薪酬情况 247
五、董事、监事与高级管理人员的兼职情况 248
六、董事、监事与高级管理人员相互之间存在的亲属关系 250
七、董事、监事与高级管理人员与公司签订的协议 250
八、董事、监事与高级管理人员的任职资格 250
九、董事、监事与高级管理人员变动情况 250
第九节 公司治理 252
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况 252
二、发行人近三年违法违规行为情况 263
三、发行人近三年资金占用和为控股股东及其控制的其他企业担保的情况 263
四、公司管理层及会计师对内部控制制度的评价 263
第十节 财务会计信息 265
一、注册会计师的审计意见及会计报表 265

二、财务报表编制基础及合并财务报表范围 272
三、主要会计政策和会计估计 274
四、会计政策、会计估计的变更及前期会计差错更正 295
五、主要税项 297
六、最近一年及一期内收购兼并情况 299
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 299
八、最近一期末主要资产情况 299
九、最近一期末的主要债项 301
十、股东权益变动情况 303
十一、现金流量情况 303
十二、财务报表附注中期后事项、或有事项和其他重要事项 303
十三、主要财务指标 304
十四、公司的资产评估情况 306
十五、历次验资情况 309

第十一节 管理层讨论与分析 310

一、财务状况分析 310
二、盈利能力分析 348
三、现金流量分析 379
四、公司财务状况和盈利能力的未来发展趋势分析 384
五、未来分红回报规划 388

第十二节 业务发展目标 389

一、发展战略及经营目标 389
二、发行当年及未来二年的发展计划 389
三、上述业务发展计划与现有业务的关系 393
四、本次募集资金运用对实现上述业务发展计划的作用 393

第十三节 募集资金运用 395

一、本次发行募集资金规模及投资项目概述 395
二、募集资金投资项目的进展情况 396
三、募集资金投资项目分析 397
四、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响 435

第十四节 股利分配政策 437

一、发行前的股利分配政策 437
二、本公司实际股利分配情况 437
三、本次发行前滚存利润的分配安排 438
四、发行后的利润分配政策及具体利润分配计划、长期回报规划 438

第十五章 其他重要事项 444

一、发行人的信息披露和投资者服务 444
二、重大合同情况 445
三、对外担保情况 448
四、诉讼和仲裁事项 448
五、行政处罚 448

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 ... 450

一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明 450
二、保荐机构（主承销商）声明 451
三、发行人律师声明 452
四、审计机构声明 453
五、资产评估机构声明 455
六、验资机构声明 456
七、土地估价机构声明 457

第十七节 附录和备查文件 461

一、备查文件 461
二、备查文件查阅时间和地点 461

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定意义：

普通词汇		
公司、本公司、发行人、股份公司、读者传媒	指	读者出版传媒股份有限公司
控股股东、读者集团	指	发行人控股股东，读者出版集团有限公司
人民社	指	原甘肃人民出版社
甘肃国投	指	发行人发起人之一，甘肃省国有资产投资集团有限公司
中国化工	指	发行人发起人之一，中国化工集团有限公司
时代出版	指	发行人发起人之一，时代出版传媒股份有限公司
酒钢集团	指	发行人发起人之一，酒泉钢铁（集团）有限责任公司
光大资本	指	发行人股东，光大资本投资有限公司
甘肃电投	指	发行人股东，甘肃省电力投资集团有限责任公司，原甘肃省电力投资集团公司
国投创新	指	发行人股东，国投创新（北京）投资基金有限公司
中化资产	指	发行人股东，中国化工资产公司
通用投资	指	发行人股东，通用技术集团投资管理有限公司
外研投资	指	发行人股东，外研投资发展（北京）有限公司
读者天地	指	发行人子公司，北京读者天地文化发展有限公司
飞天音像	指	发行人子公司，甘肃飞天电子音像出版社有限责任公司
读者新媒体	指	发行人子公司，天津读者新媒体发展有限公司
人民社有限	指	发行人子公司，甘肃人民出版社有限责任公司
读者动漫	指	发行人子公司，甘肃读者动漫科技有限公司
读者数码	指	发行人子公司，读者甘肃数码科技有限公司
读者文化	指	发行人子公司，广东读者文化发展有限公司，原广州文道文化发展有限公司
天元文化	指	发行人子公司，北京读者天元文化传播有限责任公司
读者传播	指	发行人控股子公司，读者文化传播有限责任公司

旺财传媒	指	发行人子公司，北京旺财传媒广告有限公司
华夏理财	指	发行人子公司，甘肃华夏理财报社有限责任公司
教育社有限	指	发行人子公司，甘肃教育出版社有限责任公司
少儿社有限	指	发行人子公司，甘肃少年儿童出版社有限责任公司
文艺社有限	指	发行人子公司，敦煌文艺出版社有限责任公司
科技社有限	指	发行人子公司，甘肃科学技术出版社有限责任公司
民族社有限	指	发行人子公司，甘肃民族出版社有限责任公司
美术社有限	指	发行人子公司，甘肃人民美术出版社有限责任公司
飞天社	指	甘肃飞天电子音像出版社，飞天音像前身
民族社	指	原发行人经营单位甘肃民族出版社
教育社	指	原发行人经营单位甘肃教育出版社
少儿社	指	原发行人经营单位甘肃少年儿童出版社
科技社	指	原发行人经营单位甘肃科学技术出版社
美术社	指	原发行人经营单位甘肃人民美术出版社
文艺社	指	原发行人经营单位敦煌文艺出版社
新星出版	指	发行人参股公司，新星出版社有限责任公司
泰山传媒	指	发行人参股公司，泰山传媒股份有限公司
保荐机构、主承销商	指	华龙证券有限责任公司，2014 年 12 月 9 日整体变更为华龙证券股份有限公司
申报会计师、中喜会计师事务所	指	中喜会计师事务所（特殊普通合伙），转制前为中喜会计师事务所有限责任公司
中科华	指	北京中科华资产评估有限公司
发行人律师	指	甘肃正天合律师事务所
励致会计师事务所	指	甘肃励致会计师事务有限公司
报告期、最近三年	指	2012 年、2013 年及 2014 年
上交所	指	上海证券交易所
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
中宣部	指	中共中央宣传部
新闻出版总署	指	原中华人民共和国新闻出版总署
国家新闻出版广电总局	指	中华人民共和国国家新闻出版广电总局

元	指	人民币元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
专业词汇		
数字出版	指	利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的一种新型出版方式。其主要特征为内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化和传播渠道网络化。
三次售卖理论	指	国际流行期刊理论之一。对期刊第一次售卖指卖内容，主要通过发行创造收入；第二次售卖指广告，以目标消费群体作为实现广告收入的基础；第三次售卖是指品牌开发，售卖期刊品牌资源，主要方式通常有：重印或合订本、特刊或增刊、图书和光盘、数据库、网站、会展、客户名单、品牌授权等。
一稿三酬	指	转载一份作品，分别给原作者、作品最初发表的图书或期刊以及推荐人稿酬。《读者》在全国文摘期刊中率先使用。
租型	指	本公司与原创出版单位签订租型合同或代理合同，经授权拥有在授权区域的发行权利。
图书、期刊重大选题	指	涉及国家安全、社会安定等方面的内容，对国家的政治、经济、文化、军事等会产生较大影响的选题。
免费教材	指	政府统一采购，免费提供给义务教育阶段学生使用的教材。
码洋	指	图书或音像制品产品的定价乘以数量所得出的金额。
实洋	指	图书或音像制品产品的实际销售价格乘以数量所得出的金额。
副牌社	指	出版行业管理部门对一些大型出版社下属的、具有出版资质、拥有独立的国际标准书号（ISBN）号段，但不是独立法人单位的出版社的称谓。副牌社一般从事细分领域或专业领域的出版业务。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简要情况

（一）公司概况

公司名称：读者出版传媒股份有限公司

英文名称：DuZhe Publishing&Media Co.,Ltd.

注册资本：18,000万元

法定代表人：吉西平

成立日期：2009年12月28日

公司住所：兰州市城关区南滨河东路520号

经营范围：组织所属单位出版物的出版及版权服务、发行（含总发行、批发、零售以及连锁经营、展览）、印刷（复制）、进出口相关业务；数字网络出版等新媒体技术开发；印刷设备、纸张的批发零售；广告设计、制作、代理和发布；电子阅读设备、文化用品生产、批发、零售；动漫产品制作；投资管理；互联网信息服务业务。（以上涉及行政许可及资质的凭有效许可证和资质证经营）

（二）公司设立情况

经甘肃省人民政府《关于同意读者出版集团有限公司发起设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（甘政函[2009]111 号）、新闻出版总署《关于同意设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（新出审字[2009]668 号）、中共甘肃省委文化体制改革领导小组《关于读者出版集团有限公司股份制改造方案的批复》（省委文改发[2009]7 号）、甘肃省财政厅《关于读者出版集团发起设立股份公司资产价值确认的批复》（甘财资[2009]106 号）的批准，读者集团作为主要发起人，联合甘肃省国有资产投资集团有限公司、时代出版传媒股份有限公司、中国化工集团公司、酒泉钢铁（集团）有限责任公司共同发起设立了读者传媒，设立时公司注册资本为人民币 1 亿元，总股本为 10,000 万股人民币普通股。

2009 年 12 月 28 日，公司取得甘肃省工商行政管理局核发的 620000000016521 号《企业法人营业执照》。

（三）业务概况

本公司主要从事期刊、图书（含教材教辅及一般图书）出版物的出版和发行。

公司在我国期刊出版行业处于领先地位，主营期刊为《读者》。自 1981 年 4 月创刊以来，坚持“博采中外、荟萃精华、启迪思想、开阔眼界”的办刊宗旨，发展迅速，在海内外亿万读者中产生了深远的影响，被誉为“中国人的心灵读本”、“大漠瑰宝、在西部欠发达地区开出的一朵鲜艳花朵”。历经了 30 多年的发展，《读者》月发行量由最初的 3 万册发展至目前的 700 多万册，位居中国期刊发行前列。截至 2014 年底，期刊累计出版发行已超 16 亿册，取得了良好的社会和市场影响力。

发行人图书出版发行业务坚持弘扬“敦煌文化”和传播地方民族特色文化，先后形成了一批具有示范效应的特色书籍，在甘肃省文化出版市场和敦煌文化类图书市场具有较大影响力。

公司是甘肃省最大的中小学教材发行代理单位，稳居甘肃省教材市场首位。

（四）公司竞争优势

1、品牌竞争优势

《读者》自创刊发行以来，凭借其人文关怀的定位及独特的编辑风格赢得了一批批忠实的读者。《读者》发行量持续名列国内期刊类首位，“读者”品牌获得了广泛认同，并不断获得各权威机构的认可。

“读者”品牌的树立不仅促进了公司现有主营业务的发展，也契合公司的发展战略。公司将借助“读者”品牌拓展品牌载体的内涵，对期刊以外的图书、数字出版及新媒体等业务进行品牌嫁接及强化，迅速打开市场并拓展产业链。同时，充分利用“读者”品牌的渗透力及影响力，使之成为富有竞争力的谈判砝码积极进行区域并购，快速实现规模增长。

2、良好的社会和市场影响力

《读者》创刊于 1981 年，经历了中国改革开放的全过程，作为中国改革开放的见证者，激励了一代代读者，取得了良好的社会效益，被中国邮政总公司列为重点推荐期刊。《读者》凭借其深厚的文化内涵，连续多年稳居全国期刊发行量首位，并占有国内期刊市场约 1/40 的份额。2006 年 4 月月发行量达到创记录的 1,003 万册。截至 2014 年末，《读者》累计发行已超 16 亿册，取得了良好的社会和市场影响力。

3、区域特色文化优势

甘肃省融伏羲文化、黄河文化、敦煌文化、丝绸之路文化等诸多文化形式为一体，历史文化底蕴深厚，自然风貌独特，蕴含着丰富的人类文明和宗教智慧，是我国早期文明最辉煌的区域之一。在改革开放初期，公司依靠深厚的传统文化背景，注重继承和弘扬区域文化特色，充分利用文化产业的传播优势，以《读者》期刊占得发展先机，并在行业内始终保持较好的文化领先地位。

4、直接面向全国市场的产销网络

公司借助品牌、人员及管理优势，积极与众多行业领先企业建立业务合作关系，致力于构筑及完善面向全国市场的产销网络。《读者》采用“分印”与“分发”相结合的经营模式，与印厂及各地省级邮局建立了稳定的三方合作关系，建立了遍布全国的 20 个分印点及 25 个省级邮政主发渠道。一方面，产品得以就近迅速投放市场，从而降低了发行成本；另一方面也为公司渗透该区域市场提供了有利的支撑，为未来市场拓展奠定了坚实的基础。

5、稳定的编辑团队及独特的编辑风格

公司注重保持《读者》整体的编辑风格，着力培养编辑人员的相对差异而又整体一致的“集束性个性”：既带有个人身上的天然气质和喜好，又一致认同以人为中心的“真善美”主题和以中国读者为对象的清新高雅设计。公司倡导完整的编辑流程体系，实行“主发编辑定期轮流制”，编辑们轮流做主发编辑和辅发编辑，保持编辑风格的连续性和一致性。《读者》杂志社员工平均从业经验 10 余年，形成了老中青三代结合的编辑队。稳定成熟的编辑团队保持了《读者》惯有的风格，成为《读者》成功的重要内在因素。

6、多产品优势

公司专注于期刊和图书（含教材教辅和一般图书）的出版发行。随着近年来公司着力实施刊群建设、加大数字出版投资力度，公司的成长动力逐渐从依赖单一出版物向“读者”刊群、教材教辅、特色图书出版及数字出版产品开发共同发展转变。随着各业务领域合作空间的提升和公司资本实力的加强，公司产品线将进一步丰富，并将不断推出新产品提升阅读群体数量和产品覆盖面。

二、发行人控股股东及实际控制人简要情况

公司控股股东为读者集团，持有本次发行前发行人 80%的股权。读者集团基本情况如下：

成立时间	2006 年 10 月 10 日
公司类型	有限公司（国有独资）
注册资本	10,000 万元人民币
实收资本	10,000 万元人民币
注所	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	吉西平
经营范围	省政府授权范围内的国有资产经营、管理、资产重组，文化艺术展览，股权投资与管理，实业投资、物业服务、租赁、酒店管理，省政府授权的其他业务

本公司实际控制人为甘肃省人民政府。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项目	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
资产总额	1,337,758,185.04	1,188,343,379.71	972,030,842.50
流动资产	916,263,923.54	777,433,096.33	598,531,313.85
负债总额	334,400,441.53	286,905,810.85	205,242,619.73
流动负债	193,363,402.18	165,447,846.46	160,708,075.10
所有者权益	1,003,357,743.51	901,437,568.86	766,788,222.77
其中：归属于母公司所有者权益	979,033,266.05	873,753,305.85	736,855,106.17

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	759,166,918.45	871,671,680.12	748,028,373.42
营业利润	113,564,026.75	125,429,583.75	118,304,864.30
利润总额	138,781,637.57	161,414,268.28	145,428,794.77
净利润	137,837,400.72	161,649,346.09	144,657,150.67
其中：归属母公司所有者的净利润	141,197,186.27	163,898,199.68	145,757,185.92

（三）合并现金流表主要数据

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	118,777,637.50	171,002,775.80	148,806,007.38
投资活动产生的现金流量净额	33,337,306.51	-54,338,749.57	-174,054,172.89
筹资活动产生的现金流量净额	-43,866,978.77	33,551,475.00	-39,342,574.71
现金及现金等价物净增加额	108,245,098.28	150,199,184.87	-64,590,661.70

（四）主要财务指标

财务指标		2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
流动比率（倍）		4.74	4.70	3.72
速动比率（倍）		4.31	4.24	3.21
资产负债率（母公司）		14.63%	16.41%	15.71%
财务指标		**2014 年度**	**2013 年度**	**2012 年度**
应收账款周转率（次）		4.95	6.37	6.55
存货周转率（次）		6.02	7.24	6.06
息税折旧摊销前利润（万元）		15,297.24	17,235.04	15,252.89
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）		11,812.20	14,273.40	13,279.19
归属于公司普通股股东的净	基本每股收益（元/股）	0.78	0.91	0.81
	稀释每股收益（元/股）	0.78	0.91	0.81

利润	加权平均净资产收益率	15.24%	20.30%	20.78%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	基本每股收益（元/股）	0.66	0.79	0.74
	稀释每股收益（元/股）	0.66	0.79	0.74
	加权平均净资产收益率	12.75%	17.67%	18.73%
利息保障倍数		62.14	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元/股）		0.66	0.95	0.99
每股净现金流量（元/股）		0.60	0.83	-0.43
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例		0.34%	0.43%	0.59%

四、本次发行情况

股票种类：人民币普通股（A股）

股票面值：人民币1.00元

发行股数：不超过6,000万股

拟发行新增股份数量：以募集资金不超过募投项目需要资金额为限，新增股份不超过6,000万股

拟发售老股数量：老股发售由本次发行前除中化资产外所有股东按持股比例向投资者公开发售所持公司股份，老股发售不超过3,800万股

发行价格：通过向询价对象询价确定

发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会等有权监管机关认可的其他发行方式

发行对象：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开立人民币普通股（A股）股东账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象

承销方式：余额包销

五、募集资金用途

经公司2013年第一次临时股东大会审议通过，本次发行募集资金扣除发行费

用后，将依照轻重缓急顺序分别用于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金项目	募集资金使用量	项目备案情况	环评批复
1	刊群建设出版项目	25,510.50	甘发改社会[2012]875号	兰环建审[2012]110 号
2	数字出版项目	12,001.51	甘发改社会[2012]871号	兰环建审[2012]106 号
3	特色精品图书出版项目	4,754.73	甘发改社会[2012]872号	兰环建审[2012]109 号
4	营销与发行服务体系建设项目	3,535.27	甘发改社会[2012]873号	兰环建审[2012]108 号
5	出版资源信息化管理平台建设项目	4,605.60	甘发改社会[2012]874号	兰环建审[2012]107 号
合计		**50,407.61**	--	--

注：2014 年 5 月 28 日，甘肃省发展和改革委员会出具《关于读者出版传媒股份有限公司营销与发行服务体系等 5 个项目延期的复函》（甘发改社会函[2014]3 号），同意上述项目延期实施。

募集资金将存放于募集资金专户管理。若本次股票发行所募集资金无法满足拟投资项目的建设需求，公司将对上述募集资金投资项目的拟投资金额进行调整，或通过自筹资金弥补不足部分。

如本次发行实际募集资金超出以上预计投资金额，公司将按照目前的资金状况和有关的管理制度，将超出预计需要的部分资金用于补充流动资金或经股东大会批准后投资其他项目。

本次募集资金到位前，公司将根据市场情况以自筹资金对上述拟投资项目进行先期投入，并待募集资金到位后，予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	：	人民币普通股（A 股）	
每股面值	：	人民币 1.00 元	
发行股数	：	不超过 6,000 万股	
拟发行新增股份数量	：	以募集资金不超过募投项目需要资金额为限，新增股份不超过 6,000 万股	
拟发售老股数量	：	老股发售由本次发行前的除中化资产外所有股东按持股比例向投资者公开发售所持公司股份，老股发售不超过 3,800 万股	
每股发行价格	：	【】元	
发行市盈率	：	【】倍（每股收益按照 2014 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）； 【】倍（每股收益按照 2014 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	：	【】元	
发行后每股净资产	：	【】元	
发行市净率	：	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）	
发行方式	：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会等有权监管机关认可的其他发行方式	
发行对象	：	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开立人民币普通股（A 股）股东账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象	
承销方式	：	余额包销	
预计募集资金总额	：	【】万元	
预计募集资金净额	：	【】万元	
发行费用概算	：	共【】万元	
		承销及保荐费用	【】万元
		审计及验资费用	【】万元
		评估费用	【】万元
		律师费用	【】万元

		发行手续费用	【】万元
		信息披露费用	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：读者出版传媒股份有限公司

法定代表人：吉西平

地址：甘肃省兰州市城关区南滨河东路 520 号

电话：0931－8773313

传真：0931－8773217

联系人：张晨

（二）保荐机构（主承销商）：华龙证券股份有限公司

法定代表人：李晓安

地址：甘肃省兰州市东岗西路 638 号

电话：021－50934072

传真：021－50934068

保荐代表人：陈立浩、党芃

项目协办人：张鹏

项目组成员：李卫民、陈寅秋、赵志丹、全洪涛、侯海涛

（三）律师事务所：甘肃正天合律师事务所

负责人：赵荣春

地址：甘肃省兰州市城关区通渭路 1 号房地产大厦 15 楼

电话：0931－4607222

传真：0931－8456612

经办律师：张兴武、张军

（四）会计师事务所：中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：张增刚

地址：北京市东城区崇文门外大街 11 号新成文化大厦 11 层

电话：010－67085873

传真：010－67084147

经办注册会计师：齐俊娟、吴建玲

（五）资产评估机构：北京中科华资产评估有限公司

负责人：曹宇

地址：北京市海淀区苏州街 49 号一层 102 号

电话：010－88357513

传真：010－88356964

经办注册评估师：王建和、李勇军、陆湘培

（六）土地估价机构：甘肃方家不动产评估咨询有限公司

负责人：李文新

地址：兰州市城关区雁北路 2599 号

电话：0931－8512788

传真：0931－8512788

经办注册评估师：陈晖、刘永新

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021－58708888

传真：021－58899400

（八）申请上市的证券交易所：上海证券交易所

注册地址：上海市浦东南路 528 号证券大厦

电话： 021－68808888

传真： 021－68804868

（九）保荐机构（主承销商）收款银行：

名称：中国民生银行北京金融街支行

户名：华龙证券有限责任公司北京分公司

银行账号：0114014040000193

三、本次发行的有关重要日期

发行公告刊登日期	
询价推荐日期	
定价公告刊登日期	
申购日期和缴款日期	
预计股票上市日期	

四、发行人与本次发行有关中介机构的关系

报告期内，本次发行的保荐机构（主承销商）华龙证券向发行人定制少量《读者》等形象刊，用于其公司宣传及客户赠阅。《读者》等形象刊是发行人根据客户需求，在《读者》等期刊出版内容的基础上，增加用于宣传企业形象的个性广告插页印制而成，采购价格参照实际印刷成本高低差别定价。华龙证券向发行人采购的《读者》等形象刊定价遵循发行人的基本定价原则，价格公允。

除此之外，发行人与本次发行的有关中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发售的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、政策风险

（一）税收优惠政策变化的风险

本公司所属的出版发行行业是国家政策扶持的重点行业，在税收方面享受优惠政策。根据《财政部 国家税务总局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）及《财政部 国家税务总局 中宣部关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105号），经甘肃省委宣传部、财政厅、国税局、地税局联合认定，读者传媒2010年1月1日至2013年12月31日免征企业所得税。

2014年4月，国务院办公厅印发《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》（国办发〔2014〕15号），对文化出版行业继续实行税收优惠。为贯彻落实国办发[2014]15号文件规定，财政部、国家税务总局、中宣部下发《财政部 国家税务总局 中宣部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》（财税[2014]84号）。按照规定，发行人自2014年1月1日至2018年12月31日可继续享受免征企业所得税的税收优惠。依据兰州市城关地税一局西关十字通[2015]14号文件通知，发行人2014年度可享受免征企业所得税的优惠政策。

根据《财政部 国家税务总局关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2009]147号、财税[2011]92号）及《财政部 国家税务局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）的规定，本公司2009年1月1日至2017年12月31日享受增值税优惠政策，本公司出版业务属于该通知规定范围内的少儿类出版物、中小学学生课本、老年类出版物、少数民族文字出版物及盲文图书期刊在出版环节实行增值税100%先征后退政策，除此之

外的其他图书和期刊、音像制品在出版环节实行增值税先征后退50%的政策。

报告期内，2014 年、2013 年和 2012 年发行人收到的增值税返还及所得税减免总额分别为 4,788.99 万元、5,270.65 万元和 4,558.10 万元，分别占当期利润总额的 34.51%、32.65%和 31.34%，具有较强的行业特点。

上述税收优惠政策到期后，本公司享受的所得税及增值税优惠政策存在不确定性。若本公司不能继续享受上述税收优惠政策，公司经营业绩将受到不利影响。

（二）中小学教材出版和发行体制改革带来的风险

中小学教材的出版发行是本公司收入和利润的重要来源之一。中小学教材出版发行制度改革可能对公司未来的盈利能力产生一定的影响。

1、中小学教材出版和发行招投标改革的风险

根据《国务院关于扩大中小学教材出版发行招标投标试点有关问题的批复》（国函[2005]15号）、《关于印发<中小学教材出版招标投标试点实施办法（修订）>和<中小学教材发行招标投标试点实施办法（修订）>的通知》（发改经体[2005]1088号）的有关规定，自2005年起国家扩大中小学教材出版发行招标投标试点，从2008年秋季开始在全国范围推行。目前，我国中小学教材的出版和总发行权须通过招投标确定，并且对出版和总发行投标人资质进行了严格的规定，对投标人的经营规模、资金实力、区域覆盖能力、物流配送能力提出较高要求。

甘肃省从2008年起全面推行中小学教材招投标，本公司凭借质量管理、教材发行经验以及良好的市场信誉，获得全省中小学部分招投标教材出版、印刷代理权。虽然中小学教材招投标的实施在短期内不会对本公司产生较大的影响，但随着中小学教材出版和发行管理体制改革的深入和市场化程度的提高，公司在未来教材出版业务经营中仍面临竞争加剧和产品价格下降的风险。

2、免费教材和循环使用教材政策不确定性带来的风险

甘肃省自2005年开始对九年义务教育阶段贫困学生实施教材免费供应，自2008年开始全省农村九年义务教育教材实现全部免费供应。免费教材由政府部门出资统一采购，并免费发放给学生。本公司作为招标确认的甘肃省中小学教材最大代理单位，按照国家“课前到书、人手一册”的要求，按时、保质保量完成免

费教材的供应工作。

由于免费教材实行政府统一采购，采购条件和程序比较严格，同时引入市场竞争机制，存在一定的发行折扣，招标确定的发行费用较《关于中小学教材发行费用标准的通知》规定的标准存在一定幅度的折扣。随着九年义务教育免费教材政策的不断推进，如果九年义务教育的免费教材相关政策发生变化或免费教材的发行费用折扣上升，将对发行人的经营业绩造成不利影响。

另外，根据教育部、财政部于2007年12月25日发布的《关于全面实施农村义务教育教科书免费提供和做好部分教科书循环使用工作的意见》（教基[2007]23号）的规定，从2008年春季学期起，在全国范围内实施部分教科书的循环使用制度。循环使用的教科书只对学校进行配备，由学生免费使用，学期结束时归还学校，供下一级学生使用。同时，鼓励地方课程免费教材也实行循环使用。

甘肃省从2008年秋季学期开始，义务教育阶段小学《科学》《音乐》《美术》、《信息技术》和初中《音乐》《美术》《体育与健康》《信息技术》开始实施循环使用，教材的循环周期为3年，每年补充新书不超过三分之一。2012年至2013年(2014年使用新教材)，本公司由于教科书循环使用政策而减少的教材发行码洋年均约2,500万元。由于以后各年均按照比例补充新书，教科书循环使用政策不会对教材发行数量带来进一步影响。但循环教材政策的未来变化具有不确定性，如果循环教材相关政策发生变化导致循环教材年度采购量下降，将对本公司经营业绩构成不利影响。

二、市场风险

（一）阅读方式变化带来的风险

互联网产业及电子终端发展给出版行业带来革新的变化。基于各类终端的数字化阅读已成为一种潮流，其出版形式、阅读方式及盈利模式均对传统纸媒市场带来较大影响。

本公司已充分认识到数字化阅读带来的机遇与挑战，积极推出系列数字阅读产品，并借助数字化平台加大宣传力度。若公司不能持续对数字出版加大投入，及时推出符合市场需求的数字化阅读产品，公司将面临传统纸媒市场被进一步冲

击的风险。

（二）中小学学生人数在一定时期内下降的风险

从1978年开始实施计划生育政策以来，我国人口数量得到有效控制，人口出生率近年来稳步下降，在校学生数量呈逐年下降趋势。2012年至2014年，甘肃全省中小学在校生人数由403万下降至365万。中小学教材教辅出版发行业务是公司业务收入重要来源之一，如果甘肃省人口出生率以及中小学在校生人数进一步下降，将可能导致本公司教材及教辅销售规模相应下降，从而对公司的财务状况及经营业绩构成不利影响。

（三）知识产权保护存在的风险

侵权盗版行为不仅给出版经营单位造成经济损失，而且扰乱了图书市场秩序，严重影响了我国出版业的发展。政府有关部门近年来加大了打击非法出版行为、规范出版物市场秩序的力度，也取得了很大的成效，但知识产权保护工作仍然是一项长期而又艰巨的工作。虽然公司一贯重视知识产权及“读者”品牌的保护工作，但在一定时期内仍将面临知识产权保护不力的法律风险，给正常经营带来一定的影响。

三、经营管理风险

（一）纸质媒体竞争加剧，消费群体扩张难度加大

随着内容及市场细分的刊物品种层出不穷，大众消费类杂志与专业杂志目标消费群体日益重合，刊物内容同质化趋势日益严重，市场竞争不断加剧，特定刊物的目标消费者都在不同程度上被稀释。

公司在期刊经营的策略上不再局限于对期刊内容的一次售卖，而是积极向第二次售卖、第三次售卖布局，实现了对目标消费群体的深度挖掘。公司推出高考作文素材增刊、中考作文素材增刊、编辑《读者 30 年合订本》以及《读者·校园版》，引导二次消费，提高购买率。但公司如果不能继续掌握内容资源，或不能准确把握消费趋势从而持续进行二次售卖、三次售卖，公司面临的纸质媒体竞争加剧、消费群体扩张难度加大的风险将持续存在。

（二）数字出版发展带来的风险

数字出版的迅速发展对传统出版带来巨大挑战，传统出版社如何在生产方式、运作流程等方面发挥数字出版的优势，实现传统出版和数字出版两种业态的相互融合、相互促进，将决定其在未来出版业的地位。

近年来公司十分重视在数字出版领域培育新业务，“读者”手机报、“读者”APP客户端等移动终端阅读产品均已上线运营。子公司读者数码相继研发推出“读者”电纸书、“读者”手机和“读者”平板电脑，并启动云图书馆建设项目。发行人是国家电纸书内容标准项目组副组长单位，具备电子出版、复制及总发行资质，并拥有省级数字出版工程研究中心。虽然本公司已为数字化产业战略奠定了基础，但如果不能适应消费者对数字出版的客观需求，加大数字出版业务投资力度，将失去拓展更广阔市场的时机，在未来的市场竞争中处于不利地位。

（三）特色出版选题风险

优良的选题是出版业务的生命线，是构建出版图书品牌、获得社会效益和经济效益的保障。公司以甘肃地方文化和民族文化为主要出版资源，围绕敦煌学、丝绸之路、秦汉简牍以及黄河文化不断策划出多系列、多层次、多形式的特色精品读物，并形成了自己的出版风格。尽管公司出版的套书、丛书在规模、规划、结构和装帧方面体现了策划和编辑的良好选题能力，公司也不断制定并加强执行科学而严格的流程以及相应的奖惩制度保证选题工作的顺利进行，但仍然面临选题定位不明确以及选题运作与营销能力不相适应而导致的经营风险。

（四）优秀人才缺失的风险

出版业是一个智力高度聚集的行业，人才是核心资源。数字出版产业的迅猛发展对出版业利用新技术实现由传统向现代的转变提供了机遇与挑战。同时，中国出版界正以积极的心态走向海外。面对如此关键的历史性变革，出版行业对既懂相关专业理论、又了解出版实务的复合型人才、行业领军人物，以及适应出版市场化、国际化、数字化发展趋势的新型出版人才的争夺越来越激烈。如果公司不能通过建立良好的激励机制、提供完善的培训体系充分发掘内部人才的潜力，又不能吸引到优秀的外部人才，将对公司的发展造成不利影响。

（五）影视投资风险

报告期内，发行人通过寻找影视行业的优秀企业合作，以投资方式介入影视剧的制作业务。发行人在充分了解合作方的行业地位、专业能力和财务状况的基础上，优先选择固定回报投资方式以便更好地控制投资回报周期和投资风险。发行人虽然对影视投资制定了投资计划，并从决策程序、投资规模、合作方选择等方面加强管控，但因影视投资具有投入大、周期较长，风险因素多的特征，如果发行人选择的影视投资项目因为监管政策风险、审查风险或者产品适销性不强，不能如期放映或者难以产生预期的收益，将对发行人的投资回收造成不利影响，进而影响发行人的经营业绩。

四、募集资金投资项目实施风险

由于本次募集资金投资项目的实施需要一定时间，若本次募集资金不能及时到位，或在上述项目实施过程中受到不可预见因素的影响，或国家产业政策、市场需求发生不可预见的重大变化，则可能会对本次募集资金投资项目预期收益的实现产生一定影响。

另外，募集资金投资项目实施后，共计新增固定资产和待摊费用8,763.20万元，投资占比较低。项目3年建设期内共计新增折旧及摊销费用1,901.11万元。虽然投资项目达产后，产生的利润完全可以消化新增折旧及待摊费用，但项目建设期内公司经营业绩仍然受到一定程度的影响。

五、净资产收益率下降的风险

本次公开发行后，预计公司净资产将在 2014 年的基础上大幅增加。但由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，项目收益需要在完工后逐步体现，本公司短期内存在因净资产增长较大而利润不能同步增长导致公司净资产收益率下降的风险。

六、大股东控制风险

本次发行前，读者集团持有本公司80%的股份，是本公司的控股股东。本次发行完毕并履行国有股份转持义务后，读者集团仍拥有绝对控制权。本公司自成

立以来一直规范运作，未出现大股东利用其控制权损害其他股东利益的情形。同时，公司已经建立了关联交易回避表决制度和独立董事制度以保护中小股东利益，并对关联交易事项执行严格的决策程序，降低了大股东控制风险。但是不排除未来控股股东利用控制权，通过行使表决权等方式对公司的经营决策、人事安排等方面进行实质影响，作出不利于公司其他股东最佳利益的决定。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

1、公司名称：读者出版传媒股份有限公司

英文名称：DuZhe Publishing&Media Co., Ltd.

2、注册资本：18,000 万元

3、法定代表人：吉西平

4、成立日期：2009 年 12 月 28 日

5、公司住所：兰州市城关区南滨河东路 520 号

6、邮政编码：730030

7、电话号码：0931-8773313

传真号码：0931-8773217

8、互联网网址：http://www.duzhe.com/

9、电子邮箱：zqflb@duzhe.cn

二、发行人设立情况

（一）设立方式

经甘肃省人民政府《关于同意读者出版集团有限公司发起设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（甘政函[2009]111 号）、原新闻出版总署出具《关于同意设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（新出审字[2009]668 号）的批准，读者集团联合甘肃国投、中国化工、酒钢集团和时代出版共同发起设立本公司，设立时公司注册资本为 1 亿元，总股本为 10,000 万股人民币普通股。

2009 年 12 月 23 日，中喜会计师事务所对于上述出资金额到位情况进行了审验，并出具了中喜验字（2009）第 01067 号《验资报告》。

2009 年 12 月 28 日，公司在甘肃省工商行政管理局办理了工商登记手续并领取了注册号为 620000000016521 的《企业法人营业执照》。

（二）发起设立读者传媒时涉及的读者集团改制情况

读者集团成立于 2006 年 10 月，是经中共甘肃省委、甘肃省人民政府、原新闻出版总署批准，在甘肃人民出版社基础上整体转企改制组建的国有独资公司，注册资本 1 亿元。

1、改制方案

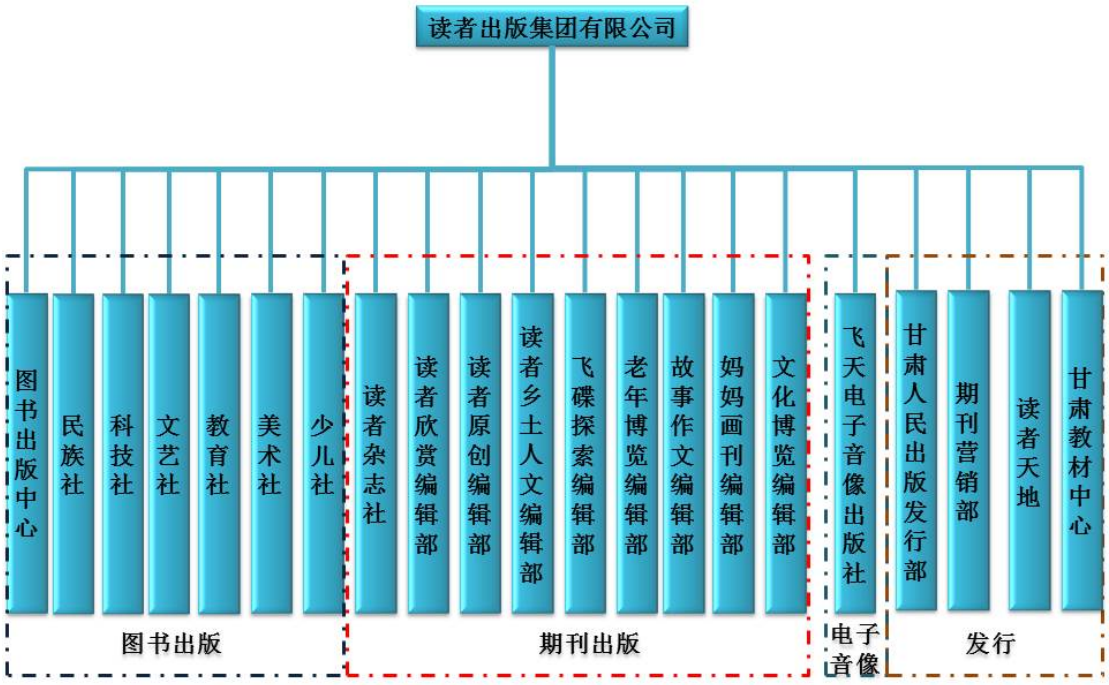
（1）设立方式

采用发起设立的方式设立。

其中，读者集团以整体经营性业务（除甘肃人民出版社一、二、三编辑室以外的整体出版发行业务）相关的全部经营性和辅助性净资产以经审计、评估后确认的价值认购股份公司发行的股份；中国化工、时代出版、甘肃国投和酒钢集团按“同股同价”的原则以货币资金认购股份公司发行的股份。（读者集团将与投入股份公司主营业务相关的无形资产，即读者品牌的商标等无偿投入股份公司）

（2）改制设立时，读者集团拥有的主要业务及资产

截止本次改制评估基准日，主要发起人读者集团从事期刊、图书、音像、电子网络出版物的出版及发行等业务并拥有相关的经营性和辅助性资产。具体情况如下表：



（3）资产剥离原则

①主业相关原则：与主营业务相关的全部经营性、无形资产及辅助配套资产剥离至股份公司；

②资产、负债配比原则。

（4）资产投入情况

根据上述原则，对读者集团行政机关、各期刊社（编辑部）、各出版社（不含人民社）、教材中心对应的全部经营性资产、辅助配套资产（办公房产、库房、国有土地使用权、办公设备、机电设备、经营需要的货币资金和存货等）、与主营业务相关的无形资产及相应的债权债务投入新设股份公司。

具体投入资产情况如下：

①图书出版业务

教育社、民族社、少儿社、美术社、科技社、文艺社 6 家出版社配套资产。

②期刊出版业务

《读者》《读者·大字版》《读者·原创版》《读者·海外版》《读者·乡土人文版》《读者欣赏》《老年博览》《飞碟探索》《故事作文》《妈妈画刊》和《文化博览》等 11 个杂志社（编辑部）配套资产。

③电子及音像出版业务

飞天社配套资产。

④发行业务

期刊营销部、甘肃教材中心和读者天地配套资产。

（5）设立股份公司前读者集团财务简表及投入股份公司的资产、负债情况

单位：元

项目	读者集团（改制前）	读者集团（改制后）	投入股份公司资产、负债
流动资产：			
货币资金	426,526,557.38	388,526,557.38	38,000,000.00
应收账款	169,311,810.51	132,474,314.10	36,837,496.41
预付款项	937,168.75	8,463.17	928,705.58
应收利息	5,411,579.00	5,411,579.00	--
其他应收款	3,324,568.61	-297,557.48	3,622,126.09
存货	61,090,905.21	42,476,846.45	18,614,058.76

委托贷款	10,126,000.00	10,126,000.00	--
流动资产合计	**676,728,589.45**	**578,726,202.61**	**98,002,386.84**
非流动资产：			
持有至到期投资	82,621,703.38	82,621,703.38	--
长期应收款			
长期股权投资	4,000,000.00	--	4,000,000.00
投资性房地产	42,365,416.52	33,288,382.52	9,077,034.00
固定资产	105,844,507.65	31,884,464.90	73,960,042.75
在建工程	35,035.00	35,035.00	-
无形资产	6,375,631.61	3,655,489.50	2,720,142.11
非流动资产合计	**237,242,294.16**	**147,485,075.30**	**89,757,218.86**
资 产 总 计	**913,970,883.61**	**726,211,277.91**	**187,759,605.70**
流动负债：			
应付账款	42,064,490.76	20,571,680.21	21,492,810.55
预收款项	15,330,990.50	3,324,302.78	12,006,687.72
应付职工薪酬	14,436,134.99	-73,048.97	14,509,183.96
应交税费	19,246,218.18	-6,760,552.66	26,006,770.84
其他应付款	26,973,658.43	26,973,658.43	--
流动负债合计	118,051,492.86	31,600,588.47	86,450,904.39
非流动负债：			
专项应付款	12,590,449.39	6,530,127.32	6,060,322.07
非流动负债合计	**12,590,449.39**	**6,530,127.32**	**6,060,322.07**
负 债 合 计	**130,641,942.25**	**38,130,715.79**	**92,511,226.46**
股东权益：			
股本	100,000,000.00	100,000,000.00	--
资本公积	27,148,114.61	27,148,114.61	--
减:库存股	-	-	--
盈余公积	74,311,358.50	74,311,358.50	--
一般风险准备	-	-	--
未分配利润	581,869,468.25	486,621,089.02	95,248,379.23
股东权益合计	**783,328,941.36**	**688,080,562.13**	**95,248,379.23**
负债及股东权益合计	**913,970,883.61**	**726,211,277.91**	**187,759,605.70**

中喜会计师事务所对上述报表进行了审计，并出具中喜审字[2009]01439 号《审计报告》。

2、改制资产评估情况

(1)发行人设立时的出资情况，有关验资、评估报告情况

①读者集团以净资产出资的资产评估情况

北京中科华资产评估有限公司及甘肃方家不动产评估咨询有限公司受读者

集团委托，对其拟投入设立发行人的资产进行评估，其中土地使用权评估委托甘肃方家不动产评估咨询有限公司进行评估，并于 2009 年 12 月 3 日出具《土地估价报告》（甘方估字[2009]146、147 号），土地评估结果由北京中科华评估有限公司汇总，于 2009 年 12 月 6 日出具了《读者出版集团有限公司部分资产评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2009]第 P119 号）。

经评估，截止评估基准日 2009 年 8 月 31 日，读者集团拟投入股份公司资产评估情况如下：

单位：万元

项 目	帐面值	帐面调整数	调整后帐面值	评估值	增加值	增值率%
	A	B	C	D	E=D-C	F=E/C*100%
流动资产	9,800.23	0	9,800.23	10,738.05	937.81	9.56
非流动资产	8,975.72	0	8,975.72	12,291.04	3,315.31	36.93
其中：长期股权投资	400.00	0	400.00	149.43	-250.56	-62.64
投资性房地产	907.70	0	907.70	1,063.12	155.42	17.12
固定资产	7,396.00	0	7,396.00	6,597.86	-798.14	-10.79
在建工程	0	0	0	0	0	
无形资产	272.01	0	272.01	4,480.61	4,208.60	1,547.19
递延所得税资产	0	0	0	0	0	
其它非流动资产	0	0	0	0	0	
资产总计	**18,775.96**	**0**	**18775.96**	**23,029.09**	**4,253.12**	**22.65**
流动负债	8,645.09	0	8,645.09	8,645.09	0	0
非流动负债	606.03	0	606.03	606.03	0	0
负债总计	**9,251.12**	**0**	**9,251.12**	**9,251.12**	**0**	**0**
净资产	**9,524.83**	**0**	**9,524.83**	**13,777.97**	**4,253.12**	**44.65**

本次评估采用资产基础法对各单项资产负债进行评估，加和后确定整体资产评估结果。

A、评估方法

流动资产及负债主要采用历史成本法评估；长期投资采用成本法或对控股子公司进行整体评估后按股权比例确定评估值；固定资产主要采用重置成本法进行评估。

B、关于流动资产评估

根据资产占有方流动资产的具体情况，本次评估采用成本法、现行市价法等方法进行评估。

货币资金：核查库存现金及账面余额；除核查银行存款账面值外，还与银行对账单、银行存款余额调节表核对并向开户银行进行函证。

应收账款、其他应收款、预付款项：核实原始凭证与账面余额的数值，通过账龄分析并结合企业应收款项的实际状况，对所能形成相应资产的权益和收回可行性进行分析判断，对金额较大的应收账款进行函证。

存货：根据各类存货的特点和企业经营现状，分别采用成本法和现行市价法进行评估。

C、关于非流动资产的评估

长期股权投资：核实投资原始凭证、投资协议和章程以及评估基准日的投资单位会计报表，采用成本法或对控股子公司进行整体评估后按股权比例确定评估值。

房屋建筑物：采用重置成本法进行评估，对于结构特征复杂的建筑物采用重编预算法；对于一般性建筑物，评估人员根据现场勘测的被评建筑物的特征，将评估范围内的建筑物按照结构形式、跨度、高度、层数、使用功能等因素进行系统分类，然后根据以上分类分别选取相应的典型工料消耗指标，依据地方的有关规定编制预算。

机器设备：采用重置成本法进行评估，机器设备的重置全价=设备购置价+运杂费+设备安装调试费+基础费+前期及其他费用+资金成本；交通车辆的重置全价=车辆的购置价+车辆的购置税+杂费。

土地使用权：由甘肃方家不动产评估咨询有限公司采用基准地价系数修正法和成本逼近法，进行评估。

D、评估结论

本次纳入评估范围的全部资产在评估基准日持续经营条件下的评估价值为：资产账面价值 18,775.96 万元，评估价值 23,029.09 万元，增值 4,253.13 万元，增值率 22.65%；负债账面值 9,251.12 万元，评估价值 9,251.12 万元；净资产账面值 9,524.84 万元，评估价值 13,777.97 万元，增值 4,253.13 万元，增值率 44.65%。

E、对 B 座楼的评估情况

甘肃方家不动产评估咨询有限公司对读者集团净资产出资中的 B 座办公楼所属土地采用基准地价系数修正法和成本逼近法进行评估，北京中科华资产评估

有限公司对 B 座办公楼房产采用重置成本法进行了评估。经评估，B 座办公楼所属土地评估值为 2,020.04 万元，B 座办公楼评估值为 1,240.32 万元。

②读者集团以净资产出资资产评估备案情况

2009 年 12 月 11 日，读者集团资产管理部门甘肃省财政厅出具《关于读者出版集团有限公司发起设立股份公司资产价值确认的批复》（甘财资[2009]106 号），对北京中科华资产评估有限公司出具的《读者出版集团有限公司部分资产评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2009]第 P119 号）涉及的资产评估结果予以备案确认。

③发行人设立时的验资情况

2009 年 12 月 23 日，中喜会计师事务所审验并出具中喜验字[2009]第 01067 号《验资报告》：截至 2009 年 12 月 23 日，发行人（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 10,000 万元。其中，读者集团以经评估后与主营业务相关的全部经营性及辅助配套净资产 13,777.97 万元，以货币出资 145 万元，认缴注册资本 9,600 万元，甘肃国投、中国化工、时代出版、酒钢集团均以货币出资 145 万元，各认缴注册资本人民币 100 万元。

④甘肃省人民政府出具的确认意见

2013 年 1 月 30 日，甘肃省人民政府出具《关于读者集团改制转企有关问题的确认函》（甘政函[2013]7 号），认定“读者出版传媒股份有限公司发起设立的各项审批程序合法合规。”

发行人律师认为，发行人设立履行了相关验资、评估手续，有关验资、评估报告合法有效、相关登记手续合法完备，不存在出资不实、虚假出资等情形，不存在相关法律纠纷或潜在纠纷，不影响发行人成立。

经核查，保荐机构认为：发行人设立时不存在出资不实、虚假出资等情形；设立时的验资、评估报告遵循了相关业务准则，采用了合理的验资与评估方法，在充分获取业务底稿的基础上进行职业判断，该验资报告与评估报告合法有效、且相关备案手续合法完备，不存在相关法律纠纷或潜在纠纷，不影响发行人成立。

（2）读者集团本次出资不存在其他权属瑕疵，已将相关业务、资产、资质

全部投入发行人，未保留有关商标等无形资产，相关出资资产已完成过户手续登记在发行人名下

①读者集团本次出资中不存在其他权属瑕疵

读者集团委托具有证券业务资质的评估机构对其拟出资资产进行了评估，受托评估机构遵循了相关评估业务准则，采用了合理的评估方法，履行了必要的资产评估程序，评估结果获得了国资主管部门的确认。除了 B 座办公楼及其所属土地无法办理相关权证外，读者集团本次出资中不存在其他权属瑕疵。

②读者集团出资资产已完成过户手续并登记在发行人名下

A、2011 年 12 月 5 日，甘肃省国土资源厅出具《关于读者出版传媒股份有限公司上市所涉土地资产处置的函》（甘国土资函[2011]50 号），同意读者集团 A 座用地按原用途以国家作价出资方式投入读者集团，转增国家资本金 1,793.92 万元，由省政府持有，土地使用年期 50 年。同意读者集团按实际原用途处置给读者传媒。

2011 年 12 月 13 日，甘肃省财政厅出具《关于读者出版集团 A 座办公楼土地使用权作价转增国家资本金的批复》（甘财资[2011]125 号），同意读者集团 A 座办公楼土地使用权作价转增读者集团国家资本金 1,793.92 万元，同意读者集团将上述土地使用权按原用途及上述价值投入读者出版传媒股份有限公司。

B、2009 年 12 月 31 日，公司依据《关于给读者出版传媒股份有限公司出让国有建设用地使用权的批复》（天政土让字[2009]16 号），与天水市人民政府就编号 4 天水地块国有划拨土地达成出让协议，取得天国用 2008 第秦 048 号土地使用权证，确定土地出让年限为 50 年，土地出让金为人民币 290.10 万元。截至 2010 年 8 月 18 日，读者集团缴纳了全部出让金，该土地使用权办至发行人名下。

C、上述土地产权完成过户后，其地上附属建筑物亦分别办理了过户手续。

上述房产及土地过户手续完成后，发行人的土地及房产情况如下：

序号	土地证号	权利人	位置	用途	取得方式	面积（㎡）	终止日期	地上建筑物对应房产证
1	天国用（2010）第 048 号	读者传媒	天水市秦州区赤峪路 109 号	工业	出让	9,112.00	2059.12.30	天房权证秦字第 1011033401、1011033402、

								1011033403 号
2	兰国用（2012）第 C08021 号	读者传媒	兰州市滨河东路 292 号	机关	出让	5,434.40	2061.12.03	房权证（城关区）字第 255380、255381 号
3	兰国用（2012）第 Q2410 号	读者传媒	兰州市七里河区硷沟沿 194 号	仓储	出让	4,063.70	2051.12.16	兰房权证（七里河区）字第 259169 号

D、长期股权投资

a、飞天社100%权益

2009年12月读者集团将飞天社100%权益纳入出资资产进行评估并报甘肃省财政厅确认，2012年3月读者集团已将飞天社改制为飞天音像并将其100%股权过户至发行人名下。

b、读者天地100%股权

2009年12月读者集团将读者天地100%权益纳入出资资产投入发行人，北京读者天地文化发展有限公司于2010年11月完成工商变更登记手续，成为发行人全资子公司。

E、业务资质手续

a、图书出版资质

2012 年 4 月，根据原新闻出版总署出具的《关于同意甘肃人民出版社与所属 6 家副牌社更名及变更主管主办单位的批复》（新出审字[2012]219 号），甘肃人民出版社有限责任公司及甘肃教育出版社、甘肃科学技术出版社、甘肃少年儿童出版社、甘肃人民美术出版社、甘肃民族出版社、敦煌文艺出版社等 6 家社的主管、主办单位由甘肃新闻出版局变更为读者传媒。

b、期刊出版资质

2011 年 8 月，根据原新闻出版总署出具的《关于同意<读者>等 10 种期刊变更主管主办单位的批复》（新出审字[2011]592 号），读者传媒旗下 10 种期刊主管、主办单位由读者集团变更为读者传媒。

2012 年 7 月，根据原新闻出版总署出具的《关于同意<文化博览>等 2 种期刊变更主管主办单位的批复》（新出审字[2012]509 号），《文化博览》《宝葫芦动漫画刊》2 种期刊的主管、主办单位由读者集团变更为读者传媒。

③读者集团无偿转让所有商标给读者传媒

2009 年 12 月 12 日，读者集团与读者传媒筹备委员会签订《商标无偿转让协议》，读者集团同意将其拥有的包括 、 、、 在内的全部注册商标无偿转让给读者传媒，并约定自读者传媒成立之日起，读者集团即着手办理商标权过户手续，在商标权过户手续办理完成前，无偿许可读者传媒使用该等商标。

读者集团保证在商标转让后，在未得到读者传媒许可的情况下，不在该商标的注册有效地域经营带有相同或相似商标的商品，也不从事与该商品有关的产销相竞争的活动。

截至发行人提交首次公开发行股票并上市申请之日，读者集团下属商标已全部转让至发行人。

发行人律师认为，发行人成立时，已将相关业务、资产、资质全部投入发行人，并相继办理了过户手续，未保留有关商标等无形资产。在不与发行人同业竞争、不影响发行人使用“读者”商号的情况下，保留了“读者”商号的使用；相关出资资产已完成过户手续、登记在发行人名下。

经核查，保荐机构认为：发行人成立时，读者集团即将全部投入资产（权属）移交发行人，由发行人对其占有、使用、收益和处分，未影响发行人正常业务的开展。出版资质等权属由于过户手续复杂，过户时间较长，发行人成立后，读者集团将与图书、期刊出版、发行相关业务、资产、资质全部投入发行人，并陆续将相关权属过户至发行人名下，未保留有关商标等无形资产。在不与发行人同业竞争、不影响发行人使用“读者”商号的情况下，保留了“读者”商号的使用。

3、改制批复情况

2009 年 12 月 14 日，中共甘肃省委文化体制改革领导小组出具《关于读者出版集团公司股份制改造方案的批复》（省委文改发[2009]7 号），同意上述改制方案。

2009 年 12 月 23 日，新闻出版总署出具《关于同意设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（新出审字[2009]668 号），同意由读者集团等 5 家企业共同发起设立读者出版传媒股份有限公司。

2009 年 12 月 27 日，甘肃省人民政府出具《关于同意读者出版集团有限公司发起设立读者出版传媒股份有限公司的批复》（甘政函[2009]111 号），同意读者集团作为主要发起人，以发起设立方式设立读者出版传媒股份有限公司。

4、人员安排情况

依据改制方案，读者集团对人员进行重组。人员划分按照“人随资产走”的原则进行，资产和业务进入股份公司的，与资产和业务相关的在职人员全部进入股份公司。其他未进入股份公司主体的资产所涉及的在职人员、离退休人员及内退人员均留在读者集团。根据《劳动合同法实施条例》第十条规定，进入股份公司工作的人员，与股份公司重新签订劳动合同，其与读者集团的劳动关系解除。

（三）保留在读者集团的资产

1、由于当时关于意识形态较强的文化出版单位改革配套政策尚不明确，对主要从事政治舆论宣传出版业务的甘肃人民出版社一、二、三编辑室是否适合上市没有明确规定，出于审慎考虑，发行人设立时暂未将该部分业务及相关资产、人员投入。

2、甘肃人民出版发行部相关资产及负债。

甘肃人民出版发行部为全民所有制企业，其人员构成主要为读者集团后勤、保安及部分离退休人员，人员构成不符合新设发行人业务体系。另外，其主要业务为处理读者集团废旧图书，房屋及场地租赁，与新设发行人主营业务不相关，故未将该部分资产投入。

3、西南图书公司 2.78%权益。

该部分权益由人民社在1984年投资5万元形成。该公司现实际经营房屋租赁业务，无图书出版、发行业务，主营业务停滞。因此未将该部分权益投入。

4、其他非主营业务资产和相关负债。

5、部分权属存在瑕疵的资产及相关负债。

（四）发起人

本公司由读者集团、甘肃国投、中国化工、酒钢集团和时代出版共同发起设

立。

1、读者集团

读者集团情况请参见本节“八、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人情况”。

2、甘肃国投

甘肃省国有资产投资集团有限公司。

注册地址：兰州市城关区静宁路 308 号

注册资本：1,197,056.55 万元人民币

法定代表人：吴万华

甘肃国投主要从事国有资本（股权）管理和融资业务，产业整合和投资业务，基金投资和创投业务，上市股权管理和运营业务，有色金属材料的批发和零售，以及经批准的其他业务等。

3、中国化工

中国化工集团公司，全民所有制企业。

注册地址：北京市海淀区北四环西路 62 号

注册资本：1,101,002.596824 万元人民币

法定代表人：任建新

中国化工主要经营化工原料、化工产品、化学矿、塑料、轮胎、橡胶制品、电子产品、仪器仪表、建材、纺织品、轻工产品等生产与销售。

4、酒钢集团

酒泉钢铁（集团）有限责任公司，有限责任公司。

注册地址：嘉峪关市雄关东路 12 号

注册资本：1,439,505.8769 万元人民币

法定代表人：冯杰

主要经营业务及管理活动：制造业，采矿业，农、林、牧、渔业，电力、燃气及水的生产和供应业，建筑业，交通运输、仓储，信息传输、计算机服务和软件业，批发与零售业，住宿和餐饮业，房地产业，租赁与商务服务业，科学研究、

技术服务与地质勘查业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务和其他服务业，教育、卫生、文化、体育与娱乐业（以上属国家专控买卖的项目均以资质证或许可证为准）

5、时代出版

时代出版传媒股份有限公司，境内 A 股上市公司。

注册地址：合肥市长江西路 669 号

注册资本：50,582.5296 万元

法定代表人：王亚非

主要经营：资产管理、运营、投资，对所属企业国（境）内外图书、期刊、报纸、电子出版物、音像制品、网络出版物的出版、销售、物流配送、连锁经营进行管理；图书租型造货咨询服务、新兴传媒科研、开发、推广和应用等。

（五）在设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产与实际从事的主要业务

主要发起人读者集团拥有的主要资产及实际从事的主要业务参见“（二）发起设立读者传媒时涉及的读者集团改制情况；（2）改制设立时，读者集团拥有的主要业务及资产。”

（六）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司成立时承接了读者集团出版及发行的整体业务（不含甘肃人民出版社一、二、三编辑室的出版发行业务），拥有的主要资产为读者集团投入的与出版及发行业务相关的经营性资产（含商标等无形资产）及辅助性资产，以及各股东缴付的货币资金。详细情况参见本节“（二）发起设立读者传媒时涉及的读者集团改制情况”。

本公司设立时实际从事的主要业务为期刊、图书、音像、电子网络出版物的出版、发行等业务，主要出版产品为《读者》杂志、教材教辅及一般图书。

（七）发行人成立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

本公司设立后，读者集团作为本公司的控股股东，其主要业务为对本公司进

行股权管理，对存续资产进行经营管理以及处置和清理。发行人成立后，读者集团除了拥有本公司的权益外，其拥有资产主要包括：

1、泰山传媒 10%股权

读者集团于 2009 年 9 月投资 500 万元参股泰山传媒，持有其 10%股权。因泰山传媒成立于读者集团改制评估基准日后、股份公司工商注册日前，不在评估范围内，故在股份公司设立时，未能将该部分股权投入股份公司。

为解决同业竞争，读者集团已于 2012 年 2 月将该部分股权转让至本公司。

2、读者新媒体 100%股权

读者集团在成立发行人之前，已与天津中新生态城管理委员会达成合作协议，落户中新天津生态城“国家动漫产业园”。并于 2009 年 12 月 23 日取得甘肃省财政厅出具的《关于读者出版集团注册成立读者新媒体发展有限公司请示的批复》（甘财资[2009]125 号），2010 年 3 月读者集团根据该批复出资设立读者新媒体。

为解决同业竞争，读者集团于 2012 年 5 月将该部分股权转让至股份公司。

3、人民社

随着文化体制改革的深入，意识形态较强的出版领域登陆资本市场条件已经成熟。同时为保证发行人业务、资产独立性，发行人受让人民社全部资产及负债并成立人民社有限，作为股份公司全资子公司承继原人民社资质及业务。

上述三项转让具体情况参见“四、发行人的股本变化及资产重组情况；（六）重大业务与资产重组情况”。

4、甘肃人民出版发行部 100%权益

甘肃人民出版发行部实际经营货物存储、房屋及场地租赁业务，无图书发行业务，与发行人不存在同业竞争。

5、西南图书公司 2.78%权益

该部分权益系人民社在 1984 年投资 5 万元形成。保荐机构实地走访核查，西南图书公司现实际经营房屋租赁业务，无图书出版、发行业务。读者集团对西南图书公司不构成重大影响或实际控制，持有该权益与发行人不构成同业竞争。

6、甘肃银行股份有限公司 2.87%股权

（八）改制前后原企业及发行人的业务流程及其联系

本公司主发起人读者集团改制时拥有完整的期刊、图书、电子音像及网络出版、发行业务。设立本公司时，该部分主营业务及相关资产（甘肃人民出版社一、二、三编辑室的出版发行业务）已投入本公司。

改制前原企业的业务流程与改制后发行人的业务流程一致。

本公司的各项具体业务流程请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

（九）发行人成立后，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，完整承继了读者集团生产经营体系，并先后向读者集团收购其持有的泰山传媒 10%股权、读者新媒体 100%股权和人民社的全部资产及负债，解决了同业竞争。在生产经营方面与主要发起人读者集团存在办公场所租赁、仓库租赁、纸张采购等关联交易，关联交易具体情况详见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”。

（十）发起人出资资产的产权手续变更情况

本公司设立后，读者集团投入的房屋所有权、土地使用权、商标等需要办理登记手续的资产权属已过户到本公司名下，图书出版许可、期刊出版许可、电子出版及音像出版许可的主管主办单位均已变更至股份公司名下，其他资产也已办理了由读者集团转移至本公司的资产交接手续。

三、发行人独立运营情况

本公司在业务、资产、人员、机构、财务等方面与控股股东及其控制的企业之间相互独立，具有独立、完整的资产和业务，独立运作、自主经营，独立承担责任和风险，具备完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立

本公司完整承继了读者集团的期刊、图书、电子及音像制品的出版、发行等业务。公司与控股股东读者集团及其控制的企业之间不存在同业竞争，读者集团

亦出具了避免同业竞争的承诺函。公司具有完整、独立的业务体系和直接面向市场独立经营的能力：

1、本公司拥有完整的法人财产权、经营决策权和实施权，从事的经营业务独立于控股股东及其控制的其他企业。

2、本公司及控股子公司拥有从事各自业务经营所需的相应资质；拥有独立的生产经营场所，开展业务所必需的人员、资金、设备。

3、本公司能够顺利组织开展相关业务，具有面向市场独立经营的能力，与控股股东及其控制的其他企业之间不存在构成对控股股东重大依赖的关联交易。

（二）资产独立

本公司设立以来，控股股东读者集团将出版及发行整体业务相关的经营性资产及辅助性资产投入或转让至本公司。本公司的资产完全独立于控股股东及其控制的其他企业。公司设立时各股东投入的所有资产足额到位，投入本公司的资产已办理过户手续，公司资产产权清晰。公司对所有资产具有完全支配权，不存在资产、资金被股东或其他关联方占用的情况，也不存在为股东和其他企业或个人提供担保的行为。

（三）人员独立

公司建立了独立的劳动、人事和工资管理体系，建立了独立的聘用及任免制度和考核及奖惩制度。员工均与公司签订了劳动合同。公司的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在股东单位及其他关联方担任除董事、监事以外的任何职务，未在控股股东及其控制的其他企业领薪，也未在与公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的其他单位任职，公司财务人员未在股东单位及其他关联方兼职。

（四）财务独立

本公司设置了独立的财务会计部门，建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，配备了专职的财务人员，独立进行财务决策，并实施严格的内部审计制度。公司开立了独立的银行账户（基本存款账户的开户银行为中国建设银行股份有限

公司兰州市广场支行，开户账号为62001750101051505588），不存在与控股股东及其控制的其他企业共用银行账户或资金被占用的情形，也不存在将公司名义的借款、授信额度转借给前述法人或个人使用的情况。本公司办理了税务登记证（甘国税城国字62010269563405X、甘地税字62010169563405X），依法独立纳税。

（五）机构独立

本公司依法建立、健全股东大会、董事会和监事会等机构，聘请了财务会计及经济等方面的专家担任独立董事。本公司根据生产经营的需要设置了完整的内部组织机构，各部门职责明确、工作流程清晰、相互配合、相互制约。公司独立行使经营管理职权，法人治理结构健全。

本公司的机构设置完全独立于股东单位，不存在合署办公、混合经营的情形。股东与本公司及各职能部门不存在上下级关系，除行使股东权利外，股东单位未直接干预本公司的机构设置。

四、发行人的股本形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人设立时的股本情况

本公司 2009 年 12 月 28 日设立时总股本 10,000 万股。读者集团以经评估后的净资产出资 137,779,654.01 元及货币出资 1,450,000.00 元，按 1:0.69 比例折股，折合股本 9,600 万股，占股本总额 96%。甘肃国投、中国化工、时代出版和酒钢集团以货币出资 1,450,000.00 万元，按 1:0.69 折股，各折股 100 万股，占股本总额的 4%。设立时公司的股本结构如下：

股东名称	出资额（元）	股数（万股）	持股比例
读者集团	139,229,654.01	9,600.00	96.00%
甘肃国投	1,450,000.00	100.00	1.00%
中国化工	1,450,000.00	100.00	1.00%
酒钢集团	1,450,000.00	100.00	1.00%
时代出版	1,450,000.00	100.00	1.00%
合计	**145,029,654.01**	**10,000.00**	**100.00%**

（二）2010 年变更部分出资方式

2009 年 12 月读者集团以净资产出资发起设立读者传媒中的作价 3,260.36 万元的土地房产即目前发行人租用的 B 座办公楼（以下简称“B 座办公楼”），是由读者集团前身人民社与甘肃画院联合建造的，该座办公楼的建设背景和未能办理权证手续的具体原因如下：

（1）读者集团 B 座办公楼建设背景

人民社与甘肃画院同位于南滨河东路，办公场地紧邻，为解决双方办公用房问题而签订《合作建设协议书》，约定由甘肃画院提供建设土地，人民社投入全部建设资金联合建设甘肃画院二期工程（现在的 B 座办公楼和甘肃画院美术展厅）；甘肃画院留用建成后的画院二期一楼美术展厅，其余建筑面积归人民社。

甘肃画院履行了规划审批等手续，1997 年 9 月 9 日兰州市城乡规划土地管理局出具《关于对甘肃画院二期工程“美术展览厅”修建规划设计方案第三次审查论证会议纪要的批复》（兰规土规字[1997]第 23 号）、1997 年 11 月 27 日甘肃省计划委员会下达《关于下达一九九七年第五批全民自筹基建计划指标的通知》（甘计投[1997]673 号），1998 年 4 月 17 日兰州市规划土地管理局出具《建设工程规划许可证》（编号：980038），审定甘肃画院美展厅“暨甘肃画院二期工程”符合城市规划要求，准予建设。建设项目取得建设工程规划许可证（980038）、工程建设项目开工（施工）许可证（兰建管 98057）和兰州市公安局消防分局建筑（装修）工程消防验收意见书等相关证明文件。

综上读者集团 B 座办公楼所属土地权属人为甘肃画院，隶属于甘肃省文化厅，甘肃省文化厅取得甘肃省计划委员会批复的自筹建设项目指标，甘肃画院具体筹建。甘肃画院由于自筹资金有限，与人民社（读者集团 2006 年成立后完整承继了人民社的资产）联合建设甘肃画院二期项目。甘肃画院二期于 1999 年 8 月建成交付使用，按照《合作建设协议书》约定，甘肃画院留用建成后的画院二期一楼美术展厅，约 1,200 平方米；人民社占有使用画院二期一楼部分及二、三、四楼约 7,800 平方米。

（2）B 座办公楼无法办理权证的原因

2009 年 8 月，读者集团启动发起设立读者传媒工作，读者集团与甘肃画院协商签订《合作协议书》，约定由甘肃画院负责申请，由甘肃省文化厅（甘肃画

院主管单位）和兰州市政府收回甘肃画院二期工程所属地块土地使用权，划拨给读者集团。

2009 年 12 月 1 日，兰州市政府办公厅出具《关于读者出版集团有限公司办理土地使用证有关手续的复函》（兰政办函字[2009]57 号）确认：甘肃画院与读者集团达成协议，同意出让该土地使用权，该宗土地的出让事宜和房产所有权的过户手续正在有关部门办理之中。

2009 年 12 月，读者集团将 B 座办公楼一并投入读者传媒。为尽快办理该宗土地过户及 B 座办公楼权证，读者集团积极与甘肃画院及甘肃省文化厅沟通，但因无法达成一致意见，B 座办公楼所处土地使用权无法过户至读者传媒，该办公楼的房产证亦无法办理，读者集团履行发起设立读者传媒时的承诺，以货币资金变更替换了 B 座办公楼 3,260.36 万元的出资。

2010 年 5 月 19 日，经公司 2009 年度股东大会审议，同意读者集团将原上述土地使用权及房产所有权 32,603,579.00 元出资，变更为货币资金出资 32,603,579.00 元。（其中房屋价值为 1,240.32 万元、土地价值为 2,020.04 万元，中科华评报字[2009]第 P119 号、甘方家[2009]146 号）。

2010年11月17日，中喜会计师事务所出具中喜验字[2010]第01058号《验资报告》对上述出资方式变更进行了审验，截止2010年11月17日，变更出资方式后的股东出资为人民币合计145,029,654.01元，其中注册资本100,000,000.00元，资本溢价45,029,654.01元。

发行人律师认为，读者集团目前使用的 B 座办公楼属甘肃画院和原人民社联建，已履行了立项、规划及开工建设的审批手续，为合法建筑物，人民社履行了建设出资义务，并得到甘肃画院对读者集团使用 B 座办公楼不主张权利的确认，读者集团对该建筑物的使用合法。兰州市住房保障和房地产管理局亦对 B 座办公楼的合法性和读者集团对其拥有的使用权的合法性予以确认；因该建筑所属土地的使用权人和建筑物的实际占有使用权人不一致，双方无法协商办理土地使用权过户事宜，无法办理该建筑物的房产证，读者集团对发行人以 B 座办公楼的出资已以货币出资替换，读者集团对发行人的该部分出资不存在出资不实的情形。

经核查，保荐机构认为，读者集团目前使用的 B 座办公楼是经甘肃画院和人民社约定联合建设的，该建筑物的建设履行了立项、规划及开工建设的审批手续，为合法建筑物，人民社履行了建设出资义务，甘肃画院对读者集团使用 B 座办公楼出具不主张权利的书面确认，读者集团对该建筑物的使用合法。兰州市住房保障和房地产管理局亦对 B 座办公楼的合法性和读者集团对其拥有的使用权的合法性予以确认。因该建筑所属土地的使用权人和建筑物的实际占有使用权人不一致，双方无法达成一致，因此无法办理土地使用权过户事宜，B 座办公楼的房产权证亦无法办理。读者集团履行了承诺，以货币资金置换该房屋土地的等值出资，读者集团的该部分出资真实、有效。

（三）2011 年增资扩股

2010 年 5 月 19 日，公司召开 2009 年度股东大会，审议通过《关于股份公司增资扩股的议案》，启动增资扩股工作。

2010年9月25日，中共甘肃省委文化体制改革工作领导小组办公室出具《关于读者出版传媒股份有限公司增资扩股请示的批复》（省委文改办发[2010]3号），批准公司增资扩股方案。

本次增资扩股委托中科华对拟增资扩股评估项目资产进行了评估，作为增资定价的参考。经评估，公司每股净资产评估值为6.51元，中科华出具了《读者出版传媒股份有限公司拟增资扩股评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2010]第P112号）。委托中喜会计师事务所出具《读者出版传媒股份有限公司盈利预测审核报告》（中喜专审字[2010]第01137号）。2010年11月1日，甘肃省财政厅出具《关于读者出版传媒股份有限公司资产评估结果的批复》（甘财资[2010]84号）对上述资产评估结果予以确认。

2010年11月18日，公司与光大资本、酒钢集团、甘肃国投、时代出版、甘肃电投、国投创新、通用投资、外研投资及《中国经济周刊》杂志社签署增资协议。本次增资发行2,000万股人民币普通股，每股定价11元，共募集资金2.2亿元。

2010年12月23日，公司召开2010年第二次临时股东大会，审议通过《关于公司增资扩股的议案》，确认本次增资募集资金2.2亿元，其中2,000万元计入公司总股本，另2亿元计入公司资本公积，由新老股东共享。

2011年2月14日，甘肃省人民政府出具《关于确认读者出版传媒股份有限增资扩股程序和结果的批复》（甘政函[2011]29号），确认本次增资扩股采取的程序、确认增资扩股引入股东的入股资格及持股数额、股权比例。

2011年3月1日，中喜会计师事务所出具中喜验字[2011]第01005号《验资报告》，验证截止2011年3月1日光大资本、酒钢集团、甘肃国投、时代出版、甘肃电投、国投创新、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社已认缴出资款人民币22,000万元，其中股本为人民币2,000万元，资本公积为人民币20,000万元，各股东均以货币出资。

2011年3月14日公司已就上述增资事宜办理了注册资本变更登记手续并领取新的《企业法人营业执照》。

本次增资扩股后，公司股权结构如下：

股东名称	本次增资前		本次增资股数（万股）	本次增资后	
	股数（万股）	持股比例		股数（万股）	持股比例
读者集团	9,600	96%	-	9,600	80.00%
光大资本	-	-	700	700	5.83%
酒钢集团	100	1%	400	500	4.17%
时代出版	100	1%	100	200	1.67%
甘肃国投	100	1%	100	200	1.67%
甘肃电投	-	-	200	200	1.67%
国投创新	-	-	200	200	1.67%
中国化工	100	1%	-	100.	0.83%
通用投资	-	-	100	100	0.83%
外研投资	-	-	100	100	0.83%
《中国经济周刊》杂志社	-	-	100	100	0.83%
合计	**10,000**	**100%**	**2,000**	**12,000**	**100.00%**

根据《国务院办公厅转发国资委关于进一步规范国有企业改制工作实施意见的通知》（国办发[2005]60号），国有控股企业增量引入非国有投资除通过产权交易市场、媒体或网络等择优选择投资者外，经国有资产监督管理机构批准，可通过向多个具备相关资质条件的潜在投资者提供信息等方式选定投资者。发行人本

次增资扩股所采取的以邀请、询价方式选定投资者的程序得到了甘肃省人民政府批复同意（甘政函[2011]29号），符合《国务院办公厅转发国资委关于进一步规范国有企业改制工作实施意见的通知》的要求。

本次增资扩股系采询价方式确定增资价格，最终定价高于发行人经评估的每股净资产，按盈利预测计算的发行市盈率为9.17倍，且所确定的投资者及定价已经甘肃省人民政府批复确认（甘政函[2011]29号）并已经发行人2010年第二次临时股东大会审议批准，不存在国有资产流失情形，不会导致发行人出现股权纠纷。

发行人律师认为，发行人本次增资扩股已履行了有关评估和审批手续，增资方式和场所符合有关法规规定，本次增资扩股的投资者和定价已经甘肃省人民政府确认，已经发行人股东大会批准，不存在国有资产流失或出现股权纠纷的情形。故评估结果未经备案的瑕疵不会导致本次增资扩股的结果无效，不会导致发行人股权结构出现变动，不会对本次发行上市造成法律障碍。

经核查，保荐机构认为，发行人本次增资扩股已履行了有关评估、备案和审批手续，增资方式、场所和增资过程符合有关法规规定，本次增资扩股已经甘肃省人民政府确认。

（四）2011 年股东变化情况

2011年2月9日，中国化工总经理办公会作出决定，将中国化工所持发行人100万股划转给其全资企业中化资产。

2011 年 5 月 20 日，公司召开 2010 年度股东大会，审议通过了《关于中国化工集团公司划转股权的议案》，同意原股东中国化工将其持有的本公司 100 万股划转至其全资子公司中化资产名下。公司于 2011 年 8 月 5 日完成工商变更登记手续。

本次股权转让后各股东的出资额及出资比例为：

股东名称	股数（万股）	持股比例
读者集团	9,600.00	80.00%
光大资本	700.00	5.83%
酒钢集团	500.00	4.17%

时代出版	200.00	1.67%
甘肃国投	200.00	1.67%
甘肃电投	200.00	1.67%
国投创新	200.00	1.67%
中化资产	100.00	0.83%
通用投资	100.00	0.83%
外研投资	100.00	0.83%
《中国经济周刊》杂志社	100.00	0.83%
合计	**12,000.00**	**100.00%**

经核查，根据《企业国有产权无偿划转管理暂行办法》第七条的规定，中国化工作为国有独资企业，其总经理办公会有权审议将该股权划转至全资企业中化资产，中国化工在成立时得到国务院国资委的授权，有权对该等国有产权进行处置。

发行人律师认为，发行人股东股权划转已经有权部门批准，且已办理工商变更登记手续，本次股权划转合法、有效。

保荐机构认为，此次发行人股东股权划转符合《企业国有产权无偿划转管理暂行办法》的规定，合法有效。

（五）2012 年资本公积转增股本

2012 年 3 月 28 日，公司召开股东大会，审议通过《关于公司 2011 年度利润分配方案暨以资本公积金转增股本并相应修改公司章程的议案》，同意以 2011 年末公司总股本 12,000 万股为基数，向全体股东每 10 股转增 5 股，转增后注册资本增加至 18,000 万元。

2012 年 4 月 30 日，中喜会计师事务所出具中喜验字[2012]第 0032 号《验资报告》，审验了注册资本实收情况，验证公司注册资本已实额缴纳。

2012 年 6 月 15 日，公司就上述注册资本变更事宜完成了工商登记，并领取了新的《企业法人营业执照》。

2012 年 11 月 27 日，甘肃省财政厅出具《关于核准读者出版传媒股份有限公司国有股权管理办法的批复》（甘财资[2012]121 号），确认公司股权设置及股

权结构如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例
读者集团（SS）	14,400.00	80.00%
光大资本	1,050.00	5.83%
酒钢集团（SS）	750.00	4.17%
时代出版（SS）	300.00	1.67%
甘肃国投（SS）	300.00	1.67%
甘肃电投（SS）	300.00	1.67%
国投创新	300.00	1.67%
中化资产（SS）	150.00	0.83%
通用投资（SS）	150.00	0.83%
外研投资（SS）	150.00	0.83%
《中国经济周刊》杂志社（SS）	150.00	0.83%
合计	**18,000.00**	**100%**

注：SS 为State-owned shareholder的缩写，表示国有股股东。

发行人以资本公积转增股本未引入新股东，发行人股东持股比例未发生变动，根据《中华人民共和国企业国有资产法》、《国务院办公厅转发国资委关于进一步规范国有企业改制工作实施意见的通知》，发行人本次增资扩股应由股东大会决定，履行出资人职责的机构委派的股东代表参加股东大会，并按照委派机构的指示提出提案、发表意见、行使表决权；本次增资扩股无需履行有关评估、备案、审批手续。经核查，发行人本次增资扩股已经公司2011年度股东大会审议批准，各股东及股东代表均出席了股东大会并行使了表决权。

发行人律师认为，发行人本次增资扩股无需履行有关评估、备案、审批手续，以资本公积转增股本的增资方式符合有关法规规定，其过程合法合规。

保荐机构认为，发行人以资本公积转增股本无需履行有关评估、备案、审批手续，以资本公积转增股本的增资方式符合有关法规规定，增资过程合法合规。

（六）重大资产重组情况

报告期内，本公司未发生对生产、经营产生重大影响的重大资产重组。

为解决同业竞争，报告期内本公司向读者集团收购其持有的从事出版及发行业务公司的股权。

1、收购泰山传媒 10%股权

（1）此次收购履行的程序

2011 年 9 月 27 日，读者集团召开董事会，同意将所持有的泰山传媒 10%股权转让给读者传媒。

2011 年 12 月 7 日，中共甘肃省委宣传部以《关于读者出版集团有限公司转让泰山传媒股份有限公司 10%股权的批复》（甘宣函字[2011]14 号）同意该股权转让。

2011 年 12 月 23 日，甘肃省财政厅发文《关于读者出版集团有限公司所持泰山传媒股份有限公司股份股权评估结果及股权转让有关事项的批复》（甘财资[2011]141 号）确认：泰山传媒所有者权益评估值为 6,124.03 万元，评估值较账面值增值 8.10%，读者集团持有泰山传媒 10%的股权对应的权益评估值为 612.40 万元；并同意读者集团采取场外协议转让的方式按照经评估的权益评估值将此项投资转让给本公司。

2012 年 1 月 4 日，读者传媒召开第一届董事会第十次会议，决议通过《关于收购泰山传媒股份有限公司 10%股权的议案》。

2012 年 2 月 8 日，公司与读者集团签订《股权转让协议》，以 612.40 万元收购读者集团所持泰山传媒 10%股权。

2012 年 2 月 27 日，泰山传媒办理了工商变更登记手续。

（2）收购泰山传媒的价格、作价依据

根据国富浩华会计师事务所出具的《泰山传媒股份有限公司 2011 年 1~9 月审计报告》（国浩鲁专字[2011]第 0115 号），截止 2011 年 9 月 30 日，泰山传媒的所有者权益账面值为 5,665.25 万元。

根据上海万隆资产评估有限公司出具的《读者出版集团有限公司拟转让泰山传媒股份有限公司部分股权项目涉及其股东全部权益评估报告》（沪万隆评报字[2011]第 191 号），截止 2011 年 9 月 30 日，泰山传媒股东全部权益价值评估值为人民币 6,124.03 万元，对应读者集团拟转让的泰山传媒 10%股权评估值为人民币 612.40 万元。

相关资产评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C=B-A	D=C/B
流动资产	5,729.35	6,187.67	458.32	8.00
长期投资				
固定资产	16.01	16.47	0.46	2.87
其中：房屋建筑物				
机器设备	16.01	16.47	0.46	2.87
在建工程				
无形资产	0.98	0.98	0.00	0.00
其中：土地使用权				
其他资产				
资产总计	**5,746.33**	**6,205.11**	**458.78**	**7.98**
流动负债	81.08	81.08	0.00	0.00
长期负债				
负债总计	**81.08**	**81.08**	**0.00**	**0.00**
净资产	**5,665.25**	**6,124.03**	**458.78**	**8.10**

2、收购读者新媒体 100%股权

（1）此次收购履行的程序

2012 年 2 月 23 日，读者集团召开董事会，同意将所持有的读者新媒体 100%股权经审计评估后转让给读者传媒。

2012 年 3 月 2 日，公司召开第一届董事会第十一次会议，通过关于以经评估的价值收购读者集团所持读者新媒体 100%股权的决议。

2012 年 3 月 28 日，本公司召开 2011 年度股东大会，通过关于同意受让读者新媒体 100%股权的决议。

2012 年 4 月 17 日，中共甘肃省委宣传部出具《关于读者出版集团有限公司转让持有读者新媒体发展有限公司股权的批复》（甘宣函字[2012]5 号），同意读者集团采取场外协议转让方式，将读者新媒体的股权转让给读者传媒。

2012 年 5 月 3 日，甘肃省财政厅出具《关于读者出版集团有限公司转让所持读者新媒体发展有限公司股权有关问题的批复》（甘财资[2012]19 号），确认截止 2011 年 11 月 30 日，读者新媒体资产总额为 15,037.25 万元，负债总额 7,962.93

万元，净资产为 7,074.32 万元；并同意读者集团有限公司采取场外协议转让的方式将所持读者新媒体股权以评估价值 7,074.32 万元转让给本公司。

2012 年 5 月 4 日，公司与读者集团签订《股权转让协议》，以 7,074.32 万元收购读者集团所持读者新媒体 100%股权。

2012 年 5 月 21 日，读者新媒体办理了工商变更登记手续。

（2）收购读者新媒体的作价依据

根据北京北方亚事资产评估有限公司出具的《读者新媒体发展有限公司拟股权转让项目资产评估报告》（北方亚事评报字[2011]第 445 号），截止 2011 年 11 月 30 日，读者新媒体所有者权益账面值 4,910.10 万元，评估值为 7,074.32 万元，增值额 2,164.22 万元，增值 44.08%。

相关资产评估内容见下表：

单位：万元

项目	账面值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C=B-A	D=C/A*100%
流动资产	1,631.66	1,631.66	-	-
非流动资产	7,548.82	13,405.59	5,856.77	77.59
其中：固定资产	1.07	1.09	0.02	1.87
在建工程	6,804.12	12,585.30	5,781.18	84.97
无形资产	743.63	819.2	75.57	10.16
资产总计	**9,180.48**	**15,037.25**	**5,856.77**	**63.80**
流动负债	4,200.38	7,892.93	3,692.55	87.91
非流动负债	70	70	-	-
负债总计	**4,270.38**	**7,962.93**	**3,692.55**	**86.47**
净资产	**4,910.10**	**7,074.32**	**2,164.22**	**44.08**

采用资产基础法评估，截止评估基准日 2011 年 11 月 30 日读者新媒体的所有者权益评估值为 7,074.32 万元。

3、收购人民社全部资产及负债

（1）收购背景

2006年人民社整体转企改制为读者集团时，人民社名下全部资产和负债均由读者集团承继并统一经营管理，故改制后人民社名下并无资产和负债，但人民社

保留事业法人单位资格，其下属一、二、三编辑室使用“甘肃人民出版社”字号从事图书出版业务。

2009 年发起设立股份公司时，由于当时关于公益出版、意识形态较强的文化出版单位改革配套政策尚不明确，为确保图书出版业务的连续性，一、二、三编辑室继续保留在读者集团内部使用“甘肃人民出版社”字号从事图书出版业务。为解决遗留问题和避免同业竞争，人民社启动改制。

（2）改制实施

人民社改制方案实际分为三个部分实施：

其一为注销人民社事业单位法人资格，核销事业编制；

其二为将人民社第一、二、三编辑室因生产经营形成和占有的资产（主要为流动资产和流动负债），由读者集团按照经审计评估后的价值转让给发行人；若人民社净资产为负，则在转让前由读者集团配比部分货币资金，使资产总额与负债总额一致后，再由读者集团按“零对价”转让给发行人；

其三为发行人以受让的资产和负债、并投入1,000万元货币资金注册成立人民社有限，人民社所拥有的全部业务资质由人民社有限承继，相关业务许可证的出版单位名称、主管主办单位同步办理变更。

（3）改制批复

2011年12月15日，中共甘肃省委文化体制改革工作领导小组出具《关于甘肃人民出版社改制方案的批复》（省委文改发[2011]5号），同意甘肃人民出版社进行整体改制，注销事业单位法人，核销事业编制，作为本公司全资子公司进行企业工商登记注册。

2012年3月20日，甘肃省机构编制委员会出具《关于注销甘肃人民出版社事业单位法人的通知》（甘机编办通字[2012]9号），同意注销甘肃人民社事业单位法人。

2012年4月20日，原新闻出版总署出具《关于同意人民出版社与所属6家副牌社更名及变更主管主办单位的批复》（新出审字[2012]219号），同意甘肃人民出版社更名为甘肃人民出版社有限责任公司，并同意其主管、主办单位由甘肃省

新闻出版局变更为读者出版传媒股份有限公司。

（4）改制审计、评估及作价依据

中喜会计师事务所出具《图书出版中心审计报告》（中喜审字[2012]第0707号），经审计，截止2012年3月31日，图书出版中心（人民社）账面总资产为458.74万元，账面总负债为668.55万元，净资产为-209.81万元。北京北方亚事资产评估有限公司出具《读者出版集团有限公司拟转让部分经营性资产及相关负债项目资产评估报告》（北方亚事评报字[2012]第088号），截止评估基准日2012年3月31日，图书出版中心净资产评估值为-219.62万元，评估减值9.81万元，增值率为-4.68%。

相关资产评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面值	评估值	增减额	增减率%
	A	B	C=B-A	D=C/A*100%
流动资产	455.88	447.27	-8.61	-1.89
非流动资产	2.86	1.66	-1.20	-41.92
其中：可供出售金融资产				
固定资产	2.86	1.66	-1.20	-41.92
无形资产				
资产总计	**458.74**	**448.93**	**-9.81**	**-2.14**
流动负债	642.80	642.80		
非流动负债	25.75	25.75		
负债总计	**668.55**	**668.55**		
净资产	**-209.81**	**-219.62**	**-9.81**	**-4.68**

（5）评估确认

2012年6月12日，甘肃省财政厅出具《关于甘肃人民出版社改制有关事项的批复》（甘财资[2012]33号），确认截止2012年3月31日，人民社资产总额为448.93万元，负债总额668.55万元，净资产为-219.62万元；同意读者集团对人民社增资219.62万元，增资后净资产为0万元；同意读者传媒以零对价受让人民社全部资产和负债，并投入1,000万元现金设立人民社有限。

（6）此次收购履行的程序

2012 年 3 月 2 日，本公司召开第一届董事会第十一次会议，同意以零对价

受让人民社全部资产和负债。

2012年3月28日，本公司2011年度股份大会审议通过上述决议。

2012年6月12日，甘肃省财政厅出具《关于甘肃人民出版社改制有关事项的批复》（甘财资[2012]33号），对上述事项予以确认。

4、上述收购行为对发行人财务状况和经营成果的影响及独立董事意见

通过上述收购，读者集团与本公司存在同业竞争的业务及相关资产均整合进入公司，本公司的资产及业务独立性得到增强。上述资产收购在资产总额、营业收入及利润总额方面占公司当期相应指标的比例较低，不构成重大资产重组，对发行人财务状况和经营成果影响较小。具体比例如下：

股权收购年份	被重组方重组前一年财务数据占发行人当期财务数据的比例		
	总资产	营业收入	利润总额
2012 年	11.72%	2.11%	0.67%

独立董事就上述事项发表独立意见：上述收购系为避免同业竞争，交易内容合法有效、公允合理，不损害公司的利益，不影响公司的独立性，符合公开、公正和公平原则，符合公司和全体股东的利益。

发行人律师认为，发行人收购上述读者集团资产履行了有关评估、备案、审批手续，符合《中华人民共和国企业国有资产法》、《企业国有产权转让管理暂行办法》以及《关于企业国有产权转让有关事项的通知》等关于国有资产协议转让的相关规定，转让方式和场所符合有关法规规定，其过程合法合规。

经核查，保荐机构认为：发行人收购读者集团持有的泰山传媒10%股权、读者新媒体100%股权和人民社权益等国有产权均以协议转让的方式进行，履行了协议转让的评估、备案、审批手续，转让方式和转让过程合法合规。

五、历次股本变化的验资、资产评估情况及发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

1、2009 年公司设立时的验资情况

2009 年 12 月 23 日，中喜会计师事务所对公司设立时的出资进行了审验并出具中喜验字[2009]第 01067 号《验资报告》，经审验，截至 2009 年 12 月 23 日，本公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 10,000 万元。其中，读者集团以经评估确认的净资产 13,777.97 万元以及货币出资 145.00 万元，认缴注册资本人民币 9,600 万元；甘肃国投、中国化工、时代出版和酒钢集团均以货币出资 145.00 万元，分别认缴注册资本人民币 100 万元。

2、2010 年置换部分出资时的验资情况

2010 年 5 月 19 日经公司 2009 年度股东大会决议，同意读者集团将原净资产出资中的部分土地使用权及房产所有权 32,603,579.00 元出资，置换为货币资金出资 32,603,579.00 元。

2010年11月17日，中喜会计师事务所出具《验资报告》（中喜验字[2010]第01058号）对上述出资进行了审验。

3、2011 年增资时的验资情况

2011 年 3 月 1 日，中喜会计师事务所出具《验资报告》（中喜验字[2011]第 01005 号）对公司增资扩股进行审验，截至 2011 年 3 月 1 日，光大资本、酒钢集团、甘肃国投、时代出版、甘肃电投、国投创新、通用投资、外研投资和《中国经济周刊》杂志社杂志社已认缴出资款人民币 22,000 万元，其中注册资本为人民币 2,000 万元，资本公积为人民币 20,000 万元，各股东均以货币出资。

4、2012 年资本公积转增股本时的验资情况

2012 年 4 月 30 日，中喜会计师事务所出具《验资报告》（中喜验字[2012]第 0032 号）对公司资本公积转增资本进行了审验，截至 2012 年 4 月 30 日，公司已将资本公积 6,000 万元转增股本，转增时已调整财务报表并进行了相应会计处理。

（二）资产评估情况

1、2009 年公司成立

在发起设立本公司时，读者集团委托中科华、甘肃方家不动产评估咨询有限公司对拟投入本公司的的部分资产及负债进行了评估。根据中科华于 2009 年 12

月6日出具的《读者出版集团有限公司部分资产评估项目书》（中科华评报字[2009]第P119号），甘肃方家不动产评估咨询有限公司于2009年12月3日出具的《土地估价报告》（甘方估字[2009]146、147号），截止评估基准日（2009年8月31日），读者集团投入本公司的净资产评估值为 13,777.97 万元，甘肃省财政厅于2009 年 12 月 11 日出具《甘肃财政厅关于读者出版集团有限公司发起设立股份公司资产价值确认的批复》（甘财资[2009]106号）对上述资产评估结果予以确认。

2、2010年增资扩股

2010 年公司拟进行增资扩股，公司委托中科华对公司进行评估作为增资定价的参考，根据中科华于2010年8月6日出具的《读者出版传媒股份有限公司拟增资扩股评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2010]第 P112 号），截止2010年6月30日，本公司净资产评估值为65,115.82万元。2010年11月1日，甘肃省财政厅出具《关于读者出版传媒股份有限公司资产评估结果的批复》（甘财资[2010]84）对上述资产评估予以核准确认。

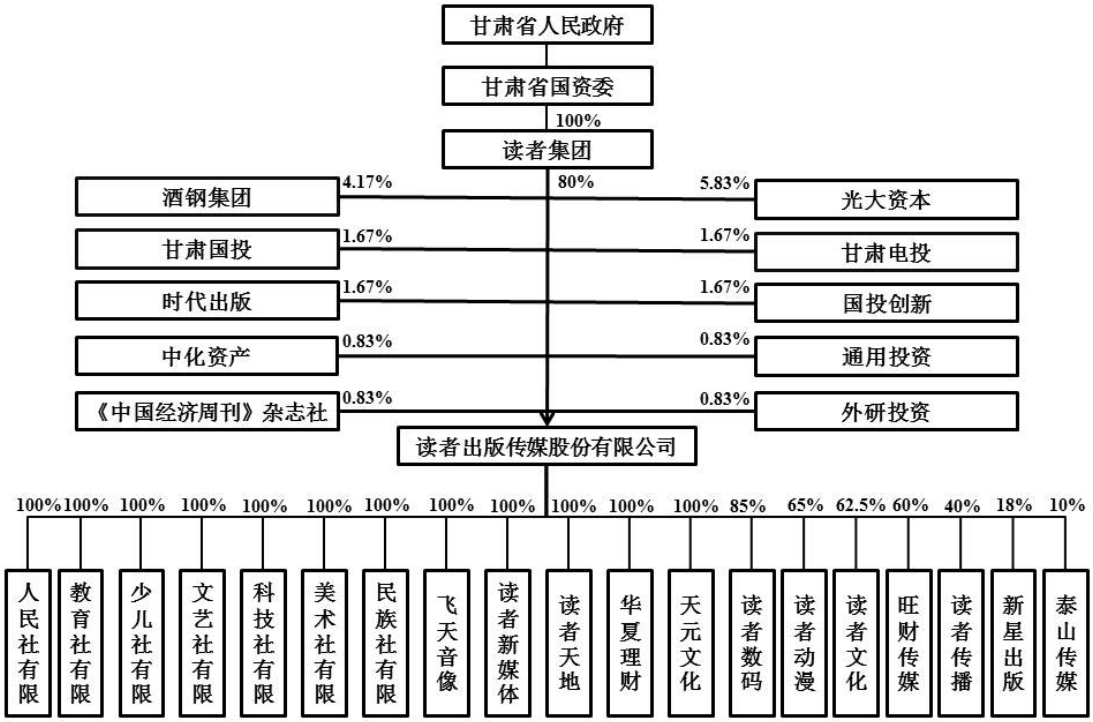
（三）发起人投入资产的计量属性

本公司是由读者集团以经评估确认的净资产出资13,777.97万元及货币出资145万元，联合甘肃国投、中国化工、时代出版和酒钢集团（均以货币出资145万元）共同发起设立的。本公司设立时发起人投入资产的计量属性具体情况如下：

股东名称	出资	股数（万股）	持股比例	出资计量属性
读者集团	净资产13,777.97万元+货币145万元	9,600.00	96.00%	净资产及货币
甘肃国投	货币145万元	100.00	1.00%	货币
中国化工	货币145万元	100.00	1.00%	货币
时代出版	货币145万元	100.00	1.00%	货币
酒钢集团	货币145万元	100.00	1.00%	货币
合计	—	**10,000.00**	**100%**	—

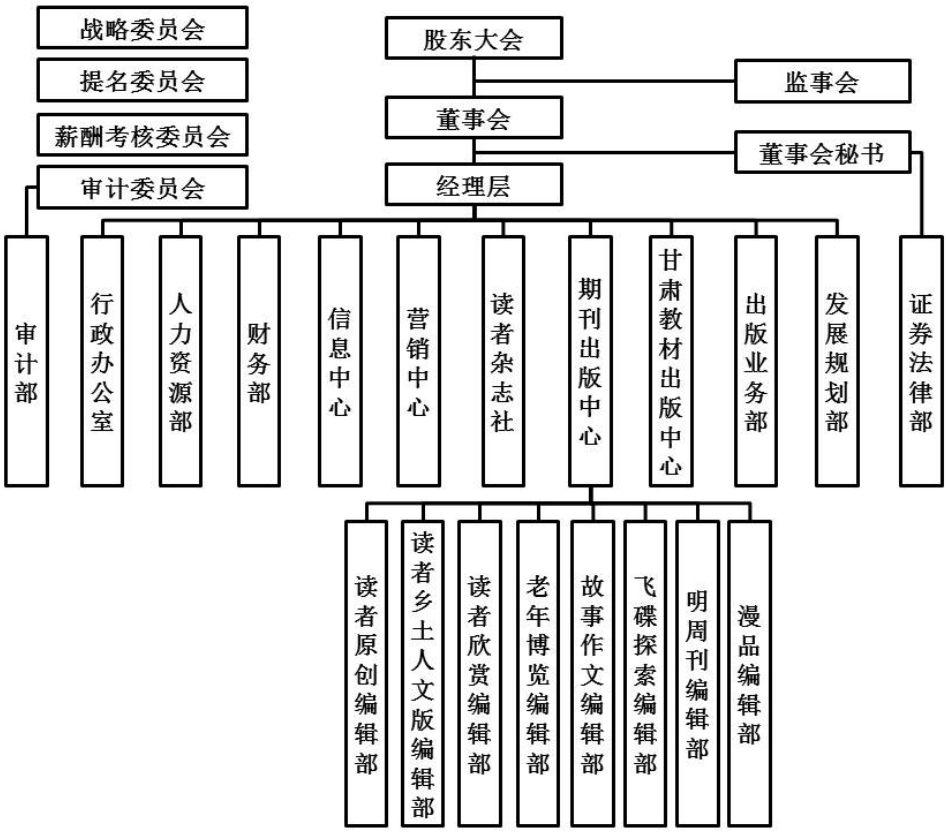
六、发行人的股权结构和组织结构

（一）发行人的股权结构



（二）发行人的组织结构

1、组织结构图



2、职能部门设置情况

本公司建立了完整的管理体制，并设置了9个管理部门和3个经营单位。本公司内部各个部门的主要职能如下：

（1）行政办公室

负责公司各类行政事务管理，文秘、档案管理，对内协调对外接待，公文处理及公司固定资产管理等工作；负责办理公司相关工商登记变更事宜；负责公司印信管理；负责公司车辆调度，办公用品管理等后台支持工作。

（2）人力资源部

负责公司人力资源规划管理工作，制订中长期人才战略规划，核定年度员工需求计划；负责各级机构的设置、合并、更名、撤销等管理工作；负责员工招聘培训、薪酬福利、绩效考核、合同签订、员工管理工作；负责人才选拔、考察、指导等管理工作；负责协调组织各专业序列技术职务的考试与专业技术职务的评聘；负责统计上报相关的报表数据。

（3）财务部

负责公司内部财务管控体系的建立和实施，组织会计核算、财务计划和预算分析、成本核算、利润分配等工作；负责公司运营资金管理，进行公司整体纳税筹划、纳税申报，税收减免的申报工作；负责公司本部及所属经营单位的全部核算工作，及报表的编制与汇总；负责公司本部及所属经营单位费用报销的监督与管理，发票申领、使用和管理；负责与财政、国资、税务、银行等部门进行沟通协调。

（4）出版业务部

统筹指导各产品线发展规划并监督执行，负责出版信息的搜集分析、整理、统计上报；负责出版业务管理制度建设；负责图书、期刊及新媒体等出版物印刷发行管理，协调办理出版许可、年度检验、证照申请、条码申请配发、出版单位级别评定；负责重大出版事项的论证，出版物质量监督管理，稿酬管理及著作权事宜，版权贸易及版权合作，出版经营单位业务指标制定和考核，出版物的参展、评奖、推介，图书期刊的资料管理和配发等工作。

（5）审计部

负责公司及所属单位的内部审计、专项审计、离任审计；负责公司所有招标项目的监督和审查；负责公司工程项目结算审计、重大经营活动、重大项目的审计调查及公司内部的纪律检查和监察工作；负责协调配合外部审计。

（6）证券法律部

负责公司的证券及投资事务管理工作，建立健全证券投资管理制度和体系；负责股东大会、董事会和监事会会议的筹备和召开，协助董事会履行职权；负责与金融、证券监管部门、证券中介机构的关系协调，组织公司对外信息披露及处理公司的各项法律事务等工作。

（7）发展规划部

负责行业和产业政策研究、公司战略发展规划和经营计划的拟定、实施管理等工作；负责现有《读者》品牌的塑造、保护、管理和深度开发，以及新品牌的塑造；负责组织协调公司和其他新闻出版机构间的团组互访、项目洽谈交流工作；负责牵头组织公司投资方案的论证工作，重大发展事项的宣传策划和组织实施，专项资金的立项、申请、报批、使用规划和跟踪管理等工作。

（8）信息中心

负责公司数字化工程平台的搭建与实施，组织出版数字化《读者》及对其他出版内容进行数字化处理；负责公司门户网站建设、信息化平台建设及网络维护等管理工作；负责数字出版行业信息收集及研究，为公司数字化发展战略提供决策依据。

（9）营销中心

负责统筹公司营销政策，参与公司重大选题项目论证，负责公司文化项目申报，负责组织公司期刊、图书及其他数字产品的市场开拓、营销推广、招揽广告单位等工作。

（10）甘肃教材出版中心

负责全省教材市场的开发、维护及售后服务；教材、教辅的印刷管理，周期考核，质量督察；中小学教材的租型和印刷；各类教材、教辅的自主研发；提高市场份额，拓展市场领域等工作。

（11）读者杂志社

负责《读者》《读者·校园版》《读者·海外版》杂志的编辑出版、宣传营销、广告经营等工作；负责杂志选稿、约稿、著作权管理工作；负责杂志的发行工作及品牌维护工作。

（12）期刊出版中心

负责《读者·原创版》《读者·乡土人文版》《读者欣赏》《老年博览》《故事作文》《飞碟探索》《妈妈画刊》《明周刊》和《漫品》杂志的编辑出版、宣传营销、广告经营等工作；负责上述杂志选稿、约稿、著作权管理工作及发行工作、品牌维护工作。

七、发行人下属公司

截至本招股说明书签署日，本公司共有12家全资子公司、5家控股子公司和2家参股公司。本公司下属公司的主要情况如下：

（一）发行人子公司基本情况

1、甘肃人民出版社有限责任公司

成立时间	2012 年 7 月 9 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	李树军
经营范围	出版马列主义、毛泽东思想理论著作；以马克思主义为指导的政治、哲学、法律、经济、历史等著作。上述各门类辞书、工具书；当地党委、政府责成出版的宣传方针、政策的读物和时事宣传读物；党史、党建读物和通俗政治理论读物；青年思想教育读物及旅游读物；电子出版物出版。版权、图书出版发行的咨询服务。
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 28,713,427.01 元，净资产 20,095,388.40 元；2014 年实现净利润 3,213,352.04 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

2、甘肃飞天电子音像出版社有限责任公司

成立时间	2003 年 4 月 17 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	300 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	黄培武
经营范围	文化、教育、科技方面的电子出版物和音像制品、光盘配套图书的制作、出版、发行，应用软件研制开发。（涉及行政许可及资质项目，凭有效许可证、资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 3,261,265.85 元，净资产 2,154,445.07 元；2014 年实现净利润 26,272.80 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

3、读者新媒体发展有限公司

成立时间	2010 年 3 月 1 日
公司类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
注册地址	天津生态城汉北路 7 号增 188 号
法定代表人	王卫平
经营范围	图书、期刊、电子出版物的批发；动漫产品制作（音像制品制作除外）房屋租赁；广告设计、制作、代理和发布；企业管理咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 277,493,662.51 元，净资产 37,738,962.54 元；2014 年实现净利润-8,521,160.74 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

4、北京读者天地文化发展有限责任公司

成立时间	2006 年 6 月 15 日
公司类型	有限责任公司（企业法人独资）
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
注册地址	北京市西城区白纸坊西街 22 号都市晴园 1009 号

法定代表人	彭长城
经营范围	许可经营项目：批发图书、期刊、电子出版物。一般经营项目：组织文化艺术交流活动；信息咨询（不含中介服务）；会议服务。
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 5,645,433.27 元，净资产-2,016,473.82 元；2014 年实现净利润 22,857.53 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

5、甘肃华夏理财报社有限责任公司

成立时间	2013 年 5 月 23 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	张晨
经营范围	编辑、出版、发行《华夏理财》；设计、制作、代理、发布国内各类广告；新媒体技术开发；会展服务。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有限许可证、资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 2,827,956.29 元，净资产 2,777,012.89 元；2014 年实现净利润-103,915.43 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

6、敦煌文艺出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 5 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	王忠民
经营范围	出版现当代各种文学艺术作品图书和敦煌类图书为主，兼及部分优秀古代文学作品和外国文艺作品。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 5,399,195.67 元，净资产 4,321,769.30 元；2014 年实现净利润-1,573,117.73 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

7、甘肃教育出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 12 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	王光辉
经营范围	以教育类图书为主，直接服务于中等教育、职业教育、成人教育，以学生、教育工作者及自学者为服务对象，出版中学、大学教材、工具书、教学参考书、学生课外读物及教学理论、社科、文化等方面的著作。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 29,287,476.64 元，净资产 20,349,877.17 元；2014 年实现净利润 7,436,080.31 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

8、甘肃少年儿童出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 5 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	王光辉
经营范围	出版以 15 岁以下少年儿童为对象的政治、思想品德教育读物，儿童文学作品、连环画、科普读物；少儿工作者和家长培育教育少儿的辅导读物，以及小学课外读物。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 20,273,429.01 元，净资产 9,042,924.99 元；2014 年实现净利润 1,421,492.55 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

9、甘肃民族出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 2 日
公司类型	一人有限责任公司

注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	刘新田
经营范围	以藏文和汉文有计划的出版有利于民族团结和坚持四项基本原则，有利于提高少数民族的政治思想和科学文化水平，有利于发展生产和适合群众需要的各类图书；出版民族古籍和民族问题学术研究著作。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 12,568,464.11 元，净资产 6,309,378.84 元；2014 年实现净利润-1,359,483.41 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

10、甘肃科学技术出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 2 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	黄培武
经营范围	主要出版工业技术、农业技术、医药卫生类科普读物，应用技术读物和工具书；基础理论读物和科研著作，有关学科和各类专业技术培训教材及参考书；科技挂图、历史、生活类科技读物，反映世界新技术观点、理论、成就的翻译图书；各新兴学科、边缘学科和交叉学科的科技读物、科普期刊（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 12,884,795.55 元，净资产 7,608,954.19 元；2014 年实现净利润 1,794,883.87 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

11、甘肃人民美术出版社有限责任公司

成立时间	2013 年 9 月 2 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元

注册地址	兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	刘铁巍
经营范围	美术摄影类图书、年画、挂历、各类宣传品及图文并茂富有知识性、欣赏性的图书（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证，资质证经营）
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 12,025,872.72 元，净资产 7,273,662.14 元；2014 年实现净利润 1,328,290.10 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

12、北京读者天元文化传播有限公司

成立时间	2014 年 10 月 13 日
公司类型	一人有限责任公司
注册资本	1,000 万元
注册地址	北京市大兴区经济技术开发区金苑路 2 号 1 幢一层 105-4 室
法定代表人	富康年
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；企业形象策划；技术开发；设计、制作、代理、发布广告；销售文化用品；投资管理。
本公司持股比例	100%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 10,153,395.01 元，净资产 10,008,476.59 元；2014 年实现净利润 8,476.59 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

13、读者甘肃数码科技有限公司

成立时间	2010 年 5 月 11 日
公司类型	有限责任公司
注册资本	1,200 万元人民币
实收资本	1,200 万元人民币
注册地址	兰州市南滨河东路 520 号
法定代表人	吉西平
经营范围	软件、硬件开发、销售及维护；电子产品的生产和销售；教育仪器及设备的批发、零售；网络技术服务（不含互联网）；电子阅读器的生产、销售与内容推广；电子出版物（限于电纸书）总发行业务；电子出版物（限于电纸书）复制业务，包括：出版物内容的数字转换、编辑加工、数字芯片植入；电子版权贸易；企业管理咨询；通讯设备的生产、销售；商业贸易；文化教育产品；工艺品销售；商品进出口贸易。（国家限制进出口除外，凡经营项目涉及行政许可及资质的凭有效许可证

	和资质证经营）。		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	读者传媒	1,020	85%
	甘肃深蓝文化发展有限公司	180	15%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 57,200,445.96 元，净资产 14,123,002.82 元；2014 年实现净利润-2,289,308.55 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。		

读者数码于 2013 年 4 月 7 日在深圳成立分公司。营业范围：软件、硬件开发、销售及维护；电子产品的销售；教育仪器及设备的批发、零售；网络技术服务（不含互联网）；电子阅读器的销售；企业管理咨询；通讯设备的销售。^电子出版物（限于电纸书）总发行业务；电子出版物（限于电纸书）复制业务，包括：出版物内容的数字转换、编辑加工、数字芯片植入；电子版权贸易。负责人：张红。

2013 年 4 月 26 日在惠州成立分公司。营业范围：承办隶属公司业务联络。负责人：张红。

14、甘肃读者动漫科技有限公司

成立时间	2011 年 6 月 9 日		
公司类型	有限责任公司		
注册资本	1,040 万元人民币		
实收资本	1,040 万元人民币		
注册地址	兰州市城关区高新雁南路 18 号创新大厦 10 层		
法定代表人	吉西平		
经营范围	动漫画设计、制作；广告策划、制作、发布、代理；公关活动策划运作；承办展览展示；企业咨询、策划；计算机软件开发、销售及技术转让（以上项目国家禁止及须取得专项许可的除外）；电子产品、通讯产品（以上两项不含卫星地面接收设施）、文化用品、数码产品、办公自动化设备的批发零售、维护。		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	读者传媒	676	65%
	甘肃艺百文化科技有限公司	364	35%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 10,002,112.89 元，净资产 5,966,083.43 元；2014 年实现净利润-2,906,292.36 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。		

读者动漫下设甘肃读者影视动画职业培训学校，业务范围：中高级动漫创作

培训，开办资金 30 万元人民币，业务主管单位为甘肃省人力资源和社会保障厅。

读者动漫于 2012 年 12 月 7 日在兰州市七里河区设立分公司。负责人：卢明。营业范围：动漫画设计、制作；广告策划、制作、发布、代理；公关活动策划运作；承办展览展示；企业咨询、策划；计算机软件开发、销售及技术转让（以上项目国家禁止及须取得专项许可的除外）；电子产品、通讯产品（以上两项不含卫星地面接收设施）、文化用品、数码产品、办公自动化设备的批发零售、维护。

15、广东读者文化发展有限公司

成立时间	2012 年 5 月 16 日		
公司类型	其他有限责任公司		
注册资本	1,600 万元人民币		
实收资本	1,600 万元人民币		
注册地址	广州市海珠区建基路 68-82 号广州市图书批发市场内首层 A041 号		
法定代表人	谢敏		
经营范围	文艺创作服务;策划创意服务;广告业;企业管理咨询服务;日用杂品综合零售;图书批发;报刊批发;图书、报刊零售;		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	读者传媒	1,000	62.50%
	广州市白纸黑字传媒有限公司	6,00	37.50%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 2,503,422.47 元，净资产 593,155.49 元；2014 年实现净利润-6,477,596.09 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。		

16、北京旺财传媒广告有限公司

成立时间	2012 年 10 月 22 日
公司类型	其他有限责任公司
注册资本	5,000 万元人民币
实收资本	5,000 万元人民币
注册地址	北京市西城区太平街甲 6 号 B 座 10 层
法定代表人	吕平波
经营范围	报纸、期刊批发、零售（出版物经营许可证有效期至 2015 年 12 月 31 日）。设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；会议服务；企业策划；摄影扩印服务；零售工艺品；文艺创作。

股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	读者传媒	3,000	60%
	北京华夏时报传媒广告有限公司	2,000	40%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 61,528,690.73 元，净资产 49,738,661.34 元；2014 年实现净利润 1,074,778.97 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。		

17、读者文化传播有限责任公司

成立时间	2015 年 1 月 14 日		
公司类型	有限责任公司		
注册资本	6,000 万元人民币		
注册地址	甘肃省兰州市城关区读者大道 568 号 317 室		
法定代表人	陈泽奎		
经营范围	广告设计、制作、代理、发布；文化艺术交流活动策划、企业形象策划、市场营销策划；品牌设计策划、平面设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	读者传媒	2,400	40%
	甘肃省文化产业发展集团有限责任公司	1,800	30%
	北京申安联合有限公司	1,800	30%
财务状况及经营情况	公司成立于 2015 年 1 月 14 日，尚未开始营业。		

18、控股子公司少数股东基本情况

（1）甘肃深蓝文化发展有限公司

成立时间	2009 年 12 月 7 日		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
注册资本	100 万元人民币		
注册地址	兰州市城关区东岗西路 226 号（省广电局网络大厦 14 楼）		
法定代表人	金大时		
经营范围	教育仪器及设备、电子产品（不含卫星地面接收设施）、文体用品、实验室设备、电脑软硬件及配件、办公用品及设备、摄影器材的批发零售；国内各类广告的设计、制作、代理、发布；会议会展策划、设计、布置、安装；演艺庆典策划；商务信息咨询、企业营销策划、企业管理咨询；计算机软硬件开发（以上项目国家禁止及须取得专项许可的除外）。		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	金大时	90.00	90.00%
	梁学成	10.00	10.00%

（2）甘肃艺百文化科技有限公司

成立时间	2007 年 6 月 22 日		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
注册资本	800 万元人民币		
注册地址	兰州市城关区张苏滩村 571-2 号六楼 604 号		
法定代表人	卢明		
经营范围	动漫画设计、制作；广告策划、制作、发布、代理；公关活动策划运作；承办展览展示；企业咨询、策划；计算机软件开发、销售、技术转让；电子产品、通信产品（以上两项不含卫星地面接收设施）、文化用品、数码产品、办公自动化设备的批发零售、维护（以上项目国家禁止及须取得专项许可的项目除外）		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	卢明	600.00	75.00%
	王永宏	80.00	10.00%
	刘国强	40.00	5.00%
	沈建恩	40.00	5.00%
	吉喆	40.00	5.00%

（3）广州市白纸黑字传媒有限公司

成立时间	2010 年 12 月 8 日		
公司类型	其他有限责任公司		
注册资本	800 万元人民币		
注册地址	广州市越秀区先烈中路 99 号大院 21 号三楼		
法定代表人	刘创		
经营范围	动漫及衍生产品设计服务;日用杂品综合零售；文艺创作服务；企业管理咨询服务；动漫（动画）经纪代理服务；策划创意服务;美术图案设计服务；广告业；		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	深圳市新泽投资有限公司	410.00	51.25%
	柯敏	210.00	26.25%
	金剑萍	120.00	15.00%
	杨志雄	30.00	3.75%
	郑鸿	30.00	3.75%

（4）北京华夏时报传媒广告有限公司

成立时间	2007 年 6 月 7 日
公司类型	其他有限责任公司
注册资本	1,000 万元人民币
注册地址	北京市西城区太平街甲 6 号 8 层

法定代表人	丁本锡		
经营范围	图书、期刊、电子出版物批发、零售。设计、制作（仅限使用计算机进行制作）、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；会议服务；广告信息咨询；企业形象设计；影视策划；摄影服务；零售工艺品。		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	北京万达文化产业集团有限公司	900.00	90.00%
	中国残疾人事业新闻宣传促进会	100.00	10.00%

（5）甘肃省文化产业发展集团有限公司

成立时间	1985 年 3 月 2 日		
公司类型	有限责任公司（国有独资）		
注册资本	200,000 万元人民币		
注册地址	甘肃省兰州市城关区曹家巷 1 号		
法定代表人	王春丁		
经营范围	投资与资产管理；基金管理；资本投资；担保服务； 会议及展览服务；搭建文化产业产权交易平台；文化中介服务；文化产业重大项目投资。（凡涉及行政许可或资质经营项目，凭有效许可证、资质证经营）		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	甘肃省财政厅	200,000	100.00%

（6）北京申安联合有限公司

成立时间	2014 年 4 月 9 日		
公司类型	有限责任公司（自然人独资）		
注册资本	25,330 万元人民币		
注册地址	北京市大兴区榆垡镇榆顺路 7 号办公楼二层		
法定代表人	庄申强		
经营范围	企业管理；项目投资；销售电子产品；技术开发；组织文化交流活动（演出除外）。依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	庄申安	25,330.00	100.00%

（7）与少数股东合作年限、合作主要内容和关联方关系

子公司少数股东名称	合作年限	合作内容	关联方关系
甘肃深蓝文化发展有限公司	5 年	共同出资设立读者数码，开展数字出版、电子产品业务	无
甘肃艺百文化科技有限公司	4 年	共同出资设立读者动漫，开展动漫制作、营销业务	无
广州市白纸黑字传媒有限公司	3 年	共同出资设立读者文化，运营《看	无

		点》、《漫品》及广告营销业务	
北京华夏时报传媒广告有限公司	3 年	共同出资设立旺财传媒，运营《华夏理财》及广告营销业务	无
甘肃省文化产业发展集团有限公司	3 个月	共同出资设立读者传播，开展“讲文明树新风”广告业务	无
北京申安联合有限公司			无

（二）参股公司基本情况

1、新星出版社有限责任公司

成立时间	2004 年 12 月 23 日		
公司类型	有限责任公司		
注册资本	2,741.18 万元人民币		
实收资本	2,741.18 万元人民币		
注册地址	北京市西城区车公庄大街丙 3 号楼 8001 室		
法定代表人	谢刚		
经营范围	许可经营项目：以中外文出版对外宣传党和政府的方针、政策、法令，对外介绍中国基本情况，对内介绍外国基本情况以及相关社科类图书。一般经营项目：会议服务		
股东构成	名称	认缴出资额（万元）	持股比例
	中国外文出版发行事业局	1,151.30	42%
	建投华文传媒投资有限责任公司	1,096.47	40%
	读者传媒	493.41	18%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 192,330,191.85 元，净资产 138,340,220.88 元；2014 年实现净利润 10,528,151.04 元（以上财务数据已经审计）。		

2、泰山传媒股份有限公司

成立时间	2009 年 9 月 29 日		
公司类型	股份有限公司（非上市）		
注册资本	5,000 万元人民币		
实收资本	5,000 万元人民币		
注册地址	济南市马鞍山路 58 号 8 号楼		
法定代表人	于景明		
经营范围	组织图书、电子出版物、网络出版物与手机出版物的出版、发行及销售（国家规定需办许可的项目，凭许可证经营）		
股东构成	名称	认缴出资额（万元）	持股比例

	泰山出版社有限公司	4,300	86%
	读者传媒	500	10%
	山东长征教育科技股份有限公司	200	4%
财务状况及经营情况	截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 97,304,245.66 元，净资产 86,403,628.59 元；2014 年实现净利润 14,942,930.88 元。（以上财务数据未经审计）。		

（三）发行人子公司报告期内经营业绩情况

发行人按照打造全媒体运营企业的战略规划，在稳固《读者》和教材业务的基础上，对业务布局进行了系统规划：通过改制 7 家图书出版单位为有限责任公司，增强图书出版单位的经营自主性和能动性，着力发展公司图书出版业务；通过设立期刊出版运营公司华夏理财、北京旺财传媒、广州读者文化、北京读者天地，布局期刊出版发行发达地区，提升《读者》刊群建设和市场占有率；通过设立读者数码、读者动漫、天津新媒体、天元文化，建设读者数字出版基地并向移动阅读终端、动漫、文化创意产品及新媒体业务渗透，加速传统出版业务的转型。报告期内，发行人子公司经营业绩及盈利趋势、主要业务及战略规划如下表所示：

序号	子公司	主要业务	经营业绩（单位：万元）						经营分析		战略发展（新业务实施及前景）
			2012 年		2013 年		2014 年				
			营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	亏损原因	趋势	
1	人民社有限	各类图书、教辅的出版与发行	1,239.24	253.58	1,656.90	317.76	1,862.47	321.34	—	业务成熟，持续盈利	充分挖掘地域资源优势，围绕敦煌文化、丝绸之路、秦汉简牍以及黄河文化，开发风格鲜明、定位清晰的精品出版物；分类、逐步做好图书资源数字化，扩大数字出版内容；提高图书板块的市场竞争力。
2	教育社有限		—	—	3,661.74	222.69	5,729.38	743.61	—		
3	少儿社有限		—	—	2,728.71	196.56	2375.15	142.15	—		
4	科技社有限		—	—	169.68	61.41	627.11	179.49	—		
5	美术社有限		—	—	342.31	71.43	801.46	132.83	—		
6	民族社有限		—	—	567.29	203.65	904.69	-135.95	产品线开发不理想	预计2015实现扭亏	
7	文艺社有限		—	—	289.07	66.93	492.26	-157.31	原部分产品线市场萎缩；部分新品尚未盈利；	预计2015年实现微利	
8	飞天社有限	音像制品、配套光盘的出版与发行	2.39	-45.54	42.53	-27.27	59.31	2.63	—	成熟业务，保持微利	暂无新业务
9	读者天地	批发图书、期刊、电子	279.90	-114.41	65.31	-100.01	172.44	2.29	—	开拓市场、增加产品销售实现扭亏	在全国青少年心理健康项目的教材、教参产品研发的基础上，做好市场推广工作

		出版物									
10	读者新媒体	图书、期刊、电子出版物的批发；动漫产品制作；	—	-111.90	26.55	-164.62	0	-852.12	转固后固定资产摊销；业务培育期；	随着业务展开，逐步扭亏为盈	利用京津冀一体化的区位优势、国家级动漫产业园的政策和人才优势，发展新媒体产业；充分利用物业条件较好、区域经济快速发展的优势，吸引相关产业企业入驻，做好物业租赁，盘活固定资产。
11	读者数码	软硬件开发、电子产品生产销售；电子出版物发行；	2,063.02	480.13	8,776.97	52.92	2,988.13	-228.93	业务培育期，研发投入大	移动互联网客户端产品和云端版权库产品上线，逐步扭亏	做好云图书馆为核心、数据加工和终端硬件为两翼的“一体两翼”业务布局；充分利用校企合作、省级工程实验室、数字出版许可等优势，做好数字出版系统和产品的迭代研发。
12	读者动漫	动漫画设计制作；广告策划；展览展示；	490.50	-95.90	265.71	41.65	285.81	-290.63	业务培育期	“一路向西游”系列产品上线后逐步实现盈利	以基于移动互联网的“大遗址复现”系列遗址保护和旅游产品及衍生品为主营业务；以省级工程实验室和校企合作作为技术储备、人才培养方式，做好“科技+文化”的融合，不断推出新产品
13	华夏理财	财经刊（报）	—	—	194.17	-11.91	358.49	-10.39	业务培育期	增加发行量，逐步扭亏	在补充财经领域的产品空白的基础上，围绕日益丰富的家庭理财需求，打造以财经内容纸媒体为载体，推广活动、财富管理、财经资讯、广告销售为支撑的经营体系；不断拓展财经内容的销售渠道；充分利用北京技术和人才优势，打造财经资讯类移动互联网产品；财经内容延伸至财富管理等资产管理服务。
14	旺财传媒	文艺创作服务；报刊批发、零售；广告代理；文	—	-94.29	2,508.67	-39.33	3,204.84	107.48	—	财经内容生产、广告、会议等业务持续盈利	

		化活动									
15	读者文化	文艺创作服务；图书报刊批发零售	20.02	-275.13	215.25	-617.79	304.76	-647.76	业务培育期	期刊发行量增加，逐步扭亏	继续关注和探讨社会、文化、生活、精神思潮等领域的公共话题，打造“以人文关怀评时事、以感性情怀看天下”的内容，补充综合阅读类领域的产品空白。
16	天元文化	文化交流；展览展示；技术开发；广告代理；	—	—	—	—	16.51	0.85	业务培育期	新媒体及文化创意产品逐步实现盈利	
17	读者传播	广告设计、制作、代理、发布；活动策划	—	—	—	—	—	—	业务培育期	—	—
	合计	**—**	**4,095.07**	**-3.46**	**21,510.86**	**274.07**	**20,182.81**	**-690.42**	**—**	**—**	**—**

报告期内，发行人子公司 2014 年共计亏损 690.42 万元，主要是因为天津新媒体大楼建设完工转固增加折旧，以及读者文化《漫品》期刊、读者动漫、读者数码新业务培育期投入较大所致。随着发行人新业务逐渐成熟，发行人子公司盈利能力将得到改善。

（四）发行人对子公司的管控情况

发行人制定了《子公司管理制度》《财务管理制度》《编辑委员会工作规程》《合同管理办法》《内部审计办法》等内控制度，建立了投资决策、管控子公司的制度体系。发行人投资设立子公司及对子公司的管控制度的执行情况见下表：

序号	子公司	设立程序	管控情况			
			董事会	财务监督	经营方面	管控制度
1	教育社有限	2009 年 12 月，作为读者集团净资产出资的一部分，教育社、少儿社、科技社、美术社、民族社、文艺社等 6 家出版社投入读者传媒； 经甘肃文化体制改革工作领导小组批复（甘文改办发[2012]12 号）、原新闻出版总署批复（新出审字[2013]94 号）及甘肃省财政厅对于 6 家出版社改制批复（甘财资[2013]1-6 号）， 经 2013 年发行人第二届董事会第五次会议决议，6 家出版社于 2013 年 9 月由副牌社改制为有限责任公司。	任命执行董事	委派财务人员，财务总监，实施财务动态监管	任命经营团队；管理出版导向	一、总体管控制度 《子公司管理制度》 二、财务管控制度 《财务管理制度》 《财务报告制度》 《会计核算基本流程》 《财务支出授权审批办法》 《财务监督管理办法》 《子公司财务监管制度》 三、业务管控制度 《编辑委员会工作规程》 《图书出版流程管理暂行规定》 《出版物编校质量检查办法》 《出版物缴送和管理办法》 《稿酬管理规定》 四、其他 《合同管理办法》 《内部审计办法》
2	少儿社有限					
3	科技社有限					
4	美术社有限					
5	民族社有限					
6	文艺社有限					
7	人民社有限	经甘肃文化体制改革工作领导小组批复（甘文改办发[2011]5 号）、原新闻出版总署批复（新出审字[2012]219 号），经审计评估，甘肃省财政厅批复（甘财资[2012]33 号），2012 年 7 月人民社改制完成；发行人第一届董事会第十一次会议及 2011 年度股东大会审议通过，受让人民社权益。				
8	飞天音像	2009 年 12 月，作为读者集团净资产出资的一部分投入发行人。				
9	华夏理财	经发行人董事长办公会决定，2013 年 5 月发行人投资 300 万元设立。				
10	读者天地	2009 年 12 月，作为读者集团净资产出资的一部分投入发行人。				
11	读者新媒体	2012 年经评估，甘肃省宣传部批复（甘宣函字[2012]5 号）、甘肃省财政厅批复（甘财资[2009]19 号），发行人 2012 年第一届董事会第十一次会议及 2011 年度股东大会审议，发行人受让其 100%股权。				
12	天元文化	第二届董事会第十一次会议决议，2014 年 10 月投资 1,000 万元设立。				

13	读者数码	2010 年 5 月董事长办公会同意设立；2012 年 3 月第一届董事会第十一次会议同意对读者数码增资 960 万元，注册资本增至 1,200 万元，占出资额 85%	委派董事长、董事；董事会 5 席占 3 席	委派财务总监	董事会确定战略发展方向，管控大额财务支付、对外投资事项	《任期经济责任审计实施细则》 《财务审计实施细则》 《合同审计实施细则》 《全资、控股子公司财务总监派驻管理暂行办法》
14	读者动漫	第一届董事会第五次会议决议，2011 年 6 月投资 676 万元设立，占出资额 65%				
15	旺财传媒	第一届董事会第十三次会议决议，2012 年 10 月投资 3,000 万元设立，占出资额 60%		实施财务动态监管		
16	读者传播	第二届董事会第十一次会议决议，2015 年投资 2,400 万元设立，占出资额 40%		委派财务总监		
17	读者文化	第一届董事会第十二次会决议，2012 年 5 月投资 1,000 万元设立，占出资额 62.50%	委派董事长；董事会 3 席占 2 席	实施财务动态监管		

经核查，保荐机构认为，发行人按照打造全媒体运营企业的战略规划，对业务布局进行了系统规划，投资设立各专业子公司。报告期内，发行人部分子公司由于新业务培育投入较大产生亏损，随着新业务逐渐成熟，发行人子公司盈利能力将得到改善。

发行人投资设立子公司履行了决策程序。发行人建立了对子公司的内控制度，并实施有效管控，子公司报告期内发生亏损对本次发行上市不构成重大不利影响。

八、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人情况

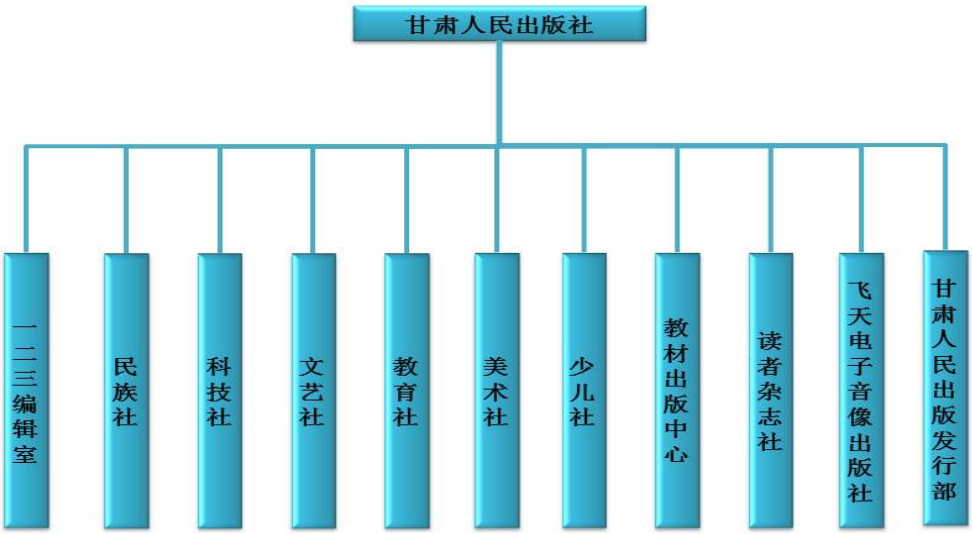
（一）发行人控股股东及实际控制人情况

本公司的控股股东为读者集团，实际控制人为甘肃省人民政府。截至本招股说明书签署日，读者集团持有本公司14,400万股，占本次发行前股本总额的80%。

1、读者集团前身情况

读者集团的前身为于 1951 年 3 月 5 日成立的甘肃人民出版社。

人民社转企改制前，主要业务及资产情况如下：



2、改制评估

2005 年 4 月 25 日，甘肃励致会计师事务所出具《甘肃人民出版社整体资产评估报告书》（甘励会评报字[2005]第 011 号），截止评估基准日 2015 年 3 月 31 日，甘肃人民出版社整体资产账面价值 535,195,612.96 元，调整后账面值 552,625,875.58 元，评估值

531,864,418.15 元，减值率为 3.76%；净资产账面值 407,878,062.01 元，调整后账面值为 451,679,468.07，评估值 468,091,892.73 元，增值率 3.63%。

相关资产评估结果如下：

单位：元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增减率（%）
	A	B	C	D=C-B	E=（C-B）/B*100%
流动资产	392,322,554.25	409,752,816.87	394,890,377.84	-14,862,439.03	-3.63
长期投资					
固定资产	137,493,058.71	137,493,058.71	131,594,040.31	-5,899,018.40	-4.29
房屋建筑物	39,927,704,10	40,611,583.10	37,284,098.63	-3,327,484.47	-8.19
机器设备	8,169,444.00	11,734,287.28	9,454,164.42	-2,280,122.86	-19.43
车辆	2,563,307.47	2,563,307.47	2,271,896.40	-291,411.07	-11.37
在建工程	86,832,603.14	82,583,880.86	82,583,880.86		
无形资产	5,380,000.00	5,380,000.00	5,380,000.00		
土地使用权	5,380,000.00	5,380,000.00	5,380,000.00		
递延资产					
资产总计	**535,195,612.96**	**552,625,875.58**	**531,864,418.15**	**-20,761,457.43**	**-3.76**
流动负债	121,053,930.95	94,683,787.51	57,509,905.42	-37,173,882.09	-39.26
长期负债	6,262,620.00	6,262,620.00	6,262,620.00		
负债总计	**127,316,550.95**	**100,946,407.51**	**63,772,525.42**	**-37,173,882.09**	**-36.83**
净资产	**407,879,062.01**	**451,679,468.07**	**468,091,892.73**	**16,412,424.66**	**3.63**

3、评估确认及账务处理

根据 2005 年 6 月 20 日甘肃省财政厅出具《关于对甘肃人民出版社国有资产处置的批复》（甘财教[2005]41 号）和 2005 年 6 月 27 日甘肃新闻出版局《关于转发财政厅<关于对甘肃人民出版社国有资产处置的批复>的通知》（甘新出[2005]125 号），对部分国有资产进行了核销。其中：应收账款核销 56.00 万元，其他应收款核销 175.34 万元，存货核销 4.95 万元，房屋建筑物核销 0.497 万元，机器设备核销 34.49 万元，合计 271.28 万元。

根据 2006 年 5 月 30 日甘肃省国资委出具的委托协议书（甘国资委第 1 号）文件显示，甘肃省国资委委托甘肃新闻出版局履行对读者集团的国有出资人职责。

2006 年 10 月 9 日甘肃新闻出版局出具《甘肃出版局关于读者出版集团资产认定问题的批复》（甘新出[2006]186 号），“考虑到读者出版集团有限公司内部划分资产存在一

定的难度，经研究同意先将读者出版集团有限公司全部资产（含甘肃人民出版社资产）一并认定，按认定后资产总额，确定工商登记注册资金，由集团统一经营管理”。

4、改制批复

2005 年 6 月 29 日，中共甘肃省委办公厅、甘肃省人民政府办公厅出具《关于同意组建读者出版集团有限公司的批复》（省委办发[2005]38 号），同意在甘肃人民出版社基础上改制组建读者集团，甘肃人民出版社直属的一、二、三编辑室保留事业单位身份。

2005 年 11 月 30 日，原新闻出版总署出具《关于同意组建读者出版集团有限公司的批复》（新出图[2005]1304 号），同意改制组建读者集团。

5、验资

2006 年 10 月 26 日，甘肃励致会计师事务所出具《验资报告》（甘励会验字[2006]第 032 号），验证截止 2006 年 9 月 30 日，读者集团已收到注册资本人民币 100,000,000.00 元，由甘肃省国资委作为出资人，占注册资本 100%。

6、公司设立

2006 年 10 月 10 日，读者集团办理了工商登记手续，并领取了《企业法人营业执照》，注册号为：6200001052756。

2009 年 3 月 24 日，读者集团更换注册号为：620000000007856。

7、变更经营范围

2012 年 5 月 11 日，甘肃省委宣传部出具《关于读者集团有限公司变更经营范围的批复》（甘宣函字[2012]7 号），同意读者集团变更经营范围。

2012 年 5 月 21 日，甘肃省国资委出具《关于读者出版集团有限公司变更经营范围的批复》（甘国资发规划[2012]135 号），同意读者集团经营范围变更为：“省政府授权范围内的国有资产经营、管理、资产重组，文化艺术展览，股权投资与管理，实业投资、物业服务、租赁、酒店管理，省政府授权的其他业务”。

2012 年 6 月 12 日，读者集团就经营范围事宜于甘肃省工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了新的《企业法人营业执照》。

8、甘肃省人民政府对读者集团设立相关事宜的确认

2013 年 1 月 30 日，甘肃省人民政府出具《关于读者集团改制转企有关问题的确认

函》（甘政函[2013]7 号），认定“读者出版集团有限公司改制转企和读者出版传媒股份有限公司发起设立的各项审批程序合法合规，读者集团完整继承了甘肃人民出版社的全部资产和负债，主体存续合法有效”。

9、财务状况

截至 2014 年 12 月 31 日，读者集团总资产为 205,955.08 万元，净资产为 168,347.37 万元；2014 年实现净利润为 13,196.40 万元（以上数据经中喜会计师事务所审计）。

经核查，发行人律师认为，原人民社改制组建读者集团已履行必要的评估、备案、审批。虽然改制过程中存在瑕疵，但读者集团已依法成立，主体资格合法且有效存续，原人民社资产和负债已由读者集团合法承继，不存在产权纠纷或国有资产流失情形，甘肃省人民政府也已对改制过程的合法合规情况进行了确认。故该等瑕疵不会引致读者集团主体资格无效，不会引致发行人取得的读者集团出资资产存在产权纠纷，不会对本次发行上市造成法律障碍。

经核查，保荐机构认为，人民社改制为读者集团履行了必要的评估、备案及审批程序，改制过程合法、合规。虽然读者集团成立日期早于甘励会验字[2006]第032号《验资报告》出具时间，但读者集团以净资产出资到位，且于成立时即已取得人民社（含发行部）的全部国有资产，不存在产权纠纷。此外，人民社为事业单位，读者集团为国有独资公司，人民社转企改制为读者集团的过程不存在国有资产流失。甘肃省人民政府亦确认读者集团改制转企的各项审批程序合法合规。

（二）持股 5%以上股东情况

除读者集团外，持有本公司 5%以上的股东为光大资本。

1、光大资本概况

成立时间	2008 年 11 月 7 日
公司类型	一人有限责任公司（法人独资）
注册资本	200,000 万元人民币
注册地址	上海市静安区新闸路 1508 号 8 楼
法定代表人	王卫民
经营范围	股权投资，投资咨询

2、股东情况

股东名称	持股比例（%）
光大证券股份有限公司	100.00
合计	**100.00**

光大证券股份有限公司（SH.601788）持有光大资本 100%的股权，注册资本：341,800.00 万元；经营范围：证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；为期货公司提供中间介绍业务；证券投资基金代销；融资融券业务；中国证监会批准的其他业务。

3、财务状况与经营成果

截至 2014 年 12 月 31 日，该公司总资产 2,313,160,225.86 元，净资产 2,161,137,747.21 元；2014 年实现净利润-62,187,619.99 元（以上财务数据未经审计）。

（三）发行人控股股东控股或参股的其他企业情况

1、甘肃人民出版发行部

成立时间	1997 年 12 月 11 日
企业类型	全民所有制
注册资本	800 万元人民币
注册地址	甘肃省兰州市城关区南滨河东路 520 号
法定代表人	王全生
经营范围	货物存储、房屋及场地租赁；
财务状况及经营成果	截至 2014 年 12 月 31 日，该企业总资产 14,079,133.07 元，净资产 2,257,086.20 元；2014 年实现净利润-775,459.34 元（以上财务数据经中喜会计师事务所审计）。

2、甘肃银行股份有限公司 2.87%股权

成立时间	2011 年 11 月 18 日
公司类型	股份有限公司
注册资本	348,622.37 万元人民币
注册地址	甘肃省兰州市城关区一只船北街至诚首府大厦
法定代表人	李鑫
经营范围	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；发行金融债券；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府

	债券、金融债券；从事同业拆借；买卖、代理买卖外汇；从事银行卡业务；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；结汇、售汇；本外币兑换业务；经银行业监督管理机构批准的其他业务。（涉及行政许可或资质项目，凭有效许可证、资质证经营）
持股比例	2.87%

3、西南图书公司 2.78%权益

成立时间	1990 年 7 月 29 日
公司类型	国有经济（法人）
注册资本	539 万元人民币
注册地址	重庆市渝中区西来寺 4 号
法定代表人	曹蜜
经营范围	销售图书（按许可证核定的经营范围和期限从事经营）。销售文教用品、工艺美术品。『以上范围法律、法规禁止经营的不得经营；法律、法规规定应经审批而未获审批前不得经营』
持股比例	2.78%

（四）发行人控股股东和实际控制人所持公司股份被抵押、质押或冻结的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东读者集团持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、本次发行情况

（一）本次拟发行股份数量及本次发行前后公司股本结构

截至本招股说明书签署日，公司总股本为 18,000 万股，本次拟公开发行不超过 6,000 万股，发行完成后公司总股本将增至不超过 24,000 万股。本次发行前后公司股本结构如下：

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	股数（万股）	持股比例	股数（万股）	持股比例
读者集团（SS）	14,400.00	80.00%	13,881.08	57.84%
光大资本	1,050.00	5.83%	1,050.00	4.38%
酒钢集团（SS）	750.00	4.17%	722.97	3.01%
国投创新	300.00	1.67%	300.00	1.25%
时代出版（SS）	300.00	1.67%	300.00	1.25%
甘肃电投（SS）	300.00	1.67%	289.19	1.21%

甘肃国投（SS）	300.00	1.67%	289.19	1.21%
中化资产（SS）	150.00	0.83%	144.60	0.60%
通用投资（SS）	150.00	0.83%	144.60	0.60%
外研投资（SS）	150.00	0.83%	144.60	0.60%
《中国经济周刊》杂志社（SS）	150.00	0.83%	144.60	0.60%
全国社保基金理事会	-	-	589.19	2.45%
社会公众股	-	-	6,000.00	25.00%
合计	**18,000**	**100%**	**24,000**	**100%**

注：SS为State-owned shareholder 的缩写，表示国有股股东。

注：此表根据公司本次发行6,000万股新增股份计算，根据发行方案，本次可能发售老股不超过3,800万股，本次发行完成后各股东的持股数量以最终实际发行完成后的持股数为准。

根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94号），读者集团、酒钢集团、时代出版、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资和《中国经济周刊》杂志社应于本次发行时将其持有的本公司部分国有股转由全国社会保障基金理事会持有。

根据甘肃省财政厅《关于读者出版传媒股份有限公司国有股转持社会保障基金的批复》（甘财资[2013]06号、甘财资[2014]4号），本公司首次公开发行A股股票并上市时，由本公司国有股东读者集团、酒钢集团、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社按其所持本公司股份比例履行国有股转持义务，将所有部分国有股转由全国社会保障基金理事会持有，全国社会保障基金理事会将继承原国有股东的禁售期义务。本公司混合所有制股东时代出版控股股东安徽出版集团有限公司承诺按应转持股份对应的等额现金一次上缴给中央金库。若读者传媒实际发行股票数量低于本次发行的上限6,000万股，读者传媒应划转给全国社会保障基金理事会的股份数量相应按照实际发行股份数量的10%计算。

（二）本次发行前各股东间的关联关系情况

本次发行前，除甘肃电投为甘肃国投全资子公司，读者集团和甘肃国投出资人同为甘肃省国资委，甘肃国投由甘肃省国资委、酒钢集团共同持股，其中甘肃省国资委持有甘肃国投 83.54%，酒钢集团持有甘肃国投 16.46%股权。除此之外，各股东间不存在其他关联关系。

（三）本次发行前公司股东所持股份流通限制和自愿锁定股份承诺

读者集团承诺：除在公司首次公开发行股票时根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自本公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其已直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者发行人上市后6个月发行人股票期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，其持有发行人上述股份的锁定期限自动延长6个月。

光大资本、酒钢集团、时代出版、国投创新、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社承诺：除在公司首次公开发行股票时根据公司股东大会决议将持有的部分公司老股公开发售外，自本公司股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其已直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94 号）的有关规定，对于读者集团、酒钢集团、时代出版、甘肃国投、甘肃电投、中化资产、通用投资、外研投资、《中国经济周刊》杂志社转由全国社保基金会持有的本公司国有股，全国社保基金会将承继上述公司的禁售期义务。

十、发行人内部职工股的情况

公司自成立以来，未发行过内部职工股，不存在内部职工持股的情况。

十一、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股及委托持股等情况，亦不存在股东数量超过相关法律、法规限制的情形。

十二、发行人员工及其社会保障情况

（一）报告期内发行人员工人情况

时间	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
人数（名）	572	567	506

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司共有员工 572 人，员工构成情况如下：

1、按员工受教育程度分类

学历类别	人数（名）	占总人数比例
硕士及以上	92	16.08%
本科	335	58.57%
大专	97	16.96%
大专以下	48	8.39%
合计	**572**	**100.00%**

2、按员工年龄分类

年龄分布	人数（名）	占总人数比例
30 岁及以下	170	29.72%
31～40 岁	200	34.97%
41～50 岁	131	22.90%
51 岁及以上	71	12.41%
合计	**572**	**100.00%**

3、按员工专业结构结构分类

序列类别	人数（名）	占总人数比例
编辑序列人员	218	38.11%
财务序列人员	36	6.29%
行政序列人员	77	13.46%
其他专业序列人员	241	42.13%
合计	**572**	**100.00%**

（二）发行人执行社会保障制度、住房公积金制度情况

根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国社会保险法》、国务院《社会保险费征缴暂行条例》等有关法律、法规的规定，发行人实行全员劳动合同制，并对员工提供福利和劳动保护。公司已为员工办理社会保险，开立了住房公积金账户，依法为职工缴纳住房公积金。

1、劳动合同签订情况

公司实行全员劳动合同制，员工的聘用及解聘均依照《中华人民共和国劳动法》和《劳动合同法》的规定执行。

2、职工基本社会保险及公积金缴纳情况

本公司按照国家及地方关于企业交纳社会保险的相关规定为员工办理社会保险及住房公积金手续。报告期内公司员工的社保、公积金缴纳情况见下表：

项目	时间	年度缴费总额(元)
社会保险	2014 年	7,874,646.18
	2013 年	7,099,813.96
	2012 年	5,830,704.48
住房公积金	2014 年	2,750,170.40
	2013 年	2,824,234.20
	2012 年	2,509,802.00

3、社会保险、住房公积金缴纳比例

①发行人及其子公司缴纳社会保险或综合保险的比例情况如下表所示：

公司	基本养老		基本医疗				失业		工伤		生育			
			省直	市局	省直	市局					省直	市局	省直	市局
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
读者传媒	20%	8%	10.5%	2%	8%+110.28	2%+110.28	2%	1%	0.7%	-	**0.35%**	-	**0.5%**	-

公司	基本养老		基本医疗		失业		工伤		生育	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
旺财传媒	20%	8%	10%	2%+3	1%	0.2%	0.3%	-	0.8%	-
读者天地	20%	8%	9%+1	2%+3	2%	1%	0.3%	-	0.8%	-
读者天元	20%	8%	10%	2%+3	1%	0.2%	0.5%	-	0.8%	
读者新媒体	20%	8%	9%+ 门诊补助 1%	2%+ 大额医疗 260	2%	1%	0.5%	-	0.8%	-
读者文化	20%/ 12%	8%	8%+ 重大疾病医疗补助 2.6%	2%	1.2%	0.5%	0.5%	-	0.85%	-
读者动漫	20%	8%	8%+ 大额补充保险 0.5%	2%	2%	1%	0.5%	-	0.7%	-
读者数码	20%	8%	8%	2%	2%	1%	1%	-	0.7%	-
读者数码 深圳分公司	14%/ 13%	8%	6.2%/0.6%	2%/0.2%	2%	1%	0.8%	-	0.5%/0.2%	-

注：子公司人民社有限、教育社有限、少儿社有限、文艺社有限、科技社有限、美术社有限、民族社有限、飞天社有限、华夏理财职工由读者传媒统一缴纳社保和公积金。

②发行人及其子公司住房公积金缴纳比例情况如下：

公司	住房公积金	
	单位	个人
读者传媒	12%	7%
旺财传媒	12%	12%
读者天地	12%	12%
读者天元	12%	12%
读者新媒体	14%	14%
读者文化	5%	5%-12%
读者动漫	12%	9%
读者数码	12%	9%
读者数码深圳分公司	10%	10%

4、报告期内，发行人及子公司缴纳社会保险、住房公积金情况

①发行人缴纳社会保险或综合保险的情况如下：

期间	2014 年末	2013 年末	2012 年末
员工人数	572	567	506
已缴纳人数	515	498	452
差 额	57	69	54

2014 年末社会保险产生 57 名差额的具体原因：37 名系新员工试用期，尚未缴纳；11 名员工在原单位继续缴纳，未办理停保手续；6 名员工正在办理过程中，3 名员工达到法定退休年龄，无需办理。

2013 年末社会保险产生 69 名差额的具体原因：15 名员工正在办理过程中；35 名系新员工试用期，尚未缴纳；11 名员工在原单位继续缴纳，未办理停保手续；4 名员工达到法定退休年龄，无需办理；4 名员工已参加新型农村合作保险。

2012 年末社会保险产生 54 名差额的具体原因：1 名员工正在办理过程中；27 名系新员工试用期，尚未缴纳；10 名员工在原单位继续缴纳，未办理停保手续；14 名员工达到法定退休年龄，无需办理；2 名员工已参加新型农村合作保险。

②发行人缴纳住房公积金的情况如下：

期间	2014 年末	2013 年末	2012 年末
员工人数	572	567	506
已缴纳人数	531	520	472
差 额	41	47	34

2014 年末住房公积金产生 41 名差额的具体原因为：4 名员工因为农村户籍遵照其意愿不强制缴纳；2 名员工因达到法定退休年龄，无需办理；7 名员工在原单位继续缴纳；28 名系新员工试用期尚未缴纳。

2013 年末住房公积金产生 47 名差额的具体原因为：6 名员工因为农村户籍遵照其意愿不强制缴纳；4 名员工因达到法定退休年龄，无需办理；4 名员工在原单位继续缴纳；33 名系新员工试用期尚未缴纳。

2012 年末住房公积金产生 34 名差额的具体原因为：5 名员工因为农村户籍遵照其意愿不强制缴纳；1 名员工因达到法定退休年龄，无需办理；2 名员工在原单位继续缴纳；25 名系新员工试用期尚未缴纳；1 名需办理账户转移手续。

（三）其他福利

公司设立企业年金制度，为符合条件的职工缴纳企业年金。《企业年金方案》经甘肃省财政厅以“甘财资[2009]4 号”、甘肃省劳动和社会保障厅以“甘劳社函[2009]15 号”确认并备案。

（四）发行人执行社会保障制度、住房公积金制度合法合规性

甘肃省社会保险基金管理局、兰州市社会保险管理局、兰州市城关区社保局、北京市西城区社会保险基金管理中心、广州海珠区社会保险基金管理中心、天津社会保险基金管理中心塘沽管理部等社保管理部门分别出具了发行人及其子公司依法缴纳社会保险金，未受到相应行政处罚的守法合规证明。

兰州市住房公积金管理中心、兰州市住房公积金管理中心城关管理部、北京市住房公积金管理中心西城管理部、广州市住房公积金管理中心、天津市住房公积金管理中心经济开发区中心等住房公积金主管部门分别出具了发行人及其子公司依法缴纳住房公积金，未受到相应行政处罚的守法合规证明。

2013 年 1 月，发行人控股股东读者集团就发行人报告期内社会保险及住房

公积金缴纳情况出具如下承诺：“如因有关部门要求或决定，将来因任何原因出现需读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司补缴社会保险金和住房公积金及其滞纳金之情形或被相关部门处罚，我公司承诺将在无需读者出版传媒股份有限公司支付对价的情况下，无条件支付以下任何一种或多种情形的全部款项支出：

1、读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司被劳动和社会保障主管部门或住房公积金征管部门责令为员工补缴五险一金的补缴款项；

2、读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司被劳动和社会保障主管部门或住房公积金征管部门因应缴未交五险一金而征收滞纳金或行政罚款；

3、读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司员工要求读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司补缴五险一金且被主管部门或司法部门确认后应支付的补偿金或赔偿金；

4、读者出版传媒股份有限公司及其下属子公司因应为其员工缴纳五险一金而未缴纳而发生的诉讼、仲裁等费用（包括但不限于赔偿金额、律师费、案件受理费等因该案而发生的相关费用）。”

发行人律师认为，发行人已依法建立社会保险与住房公积金制度；报告期内发行人及其子公司未受到社会保障及住房公积金主管部门的处罚，发行人控股股东已承诺无条件全额承担可能被要求补缴或被追偿的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失；发行人未足额缴纳社会保险的情况不会对发行人构成重大不利影响，亦不构成本次发行的法律障碍。

经核查，保荐机构认为，发行人已依据有关社会保险与住房公积金制度为员工办理社会保险，依法为职工缴纳住房公积金。报告期内发行人及其子公司未受到社会保障及住房公积金主管部门的处罚。发行人控股股东已承诺无条件全额承担可能被要求补缴或被追偿的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失；报告期内，发行人除未为少数农村户籍缴纳住房公积金及少数员工继续在原单位缴纳社会保险和住房公积金外，已足额缴纳社会保险和住房公积金。发行人未足额缴纳社会保险的金额小，对发行人影响小，不构成本次发行的法律障碍。

（五）发行人员工薪酬制度和薪酬水平分析

发行人职工薪酬制度旨在充分发挥激励作用，对员工为公司付出的劳动和做出的绩效给予合理补偿和激励。发行人员工薪酬制度主要内容：

1、职系职级划分

根据岗位形态差异，所有岗位分为五大职系，即中层管理职系、职能职系、技术职系、销售职系、工勤职系。

2、薪酬发展通道

所有职系职级设置七个薪档，作为员工在岗位不变情况下随着技能及绩效水平提升的薪酬发展通道。

3、薪酬模式

公司设置四种薪酬模式，分别为岗位绩效工资制、销售提成工资制、岗位工资制和协议工资制，各种薪酬模式分别适用不同的职系。

4、岗位工资定级与档次调整

（1）岗位工资的确定

员工进入公司后，按照个人被聘岗位以及个人能力进行综合评定后确认初始薪酬；员工晋升新的职级后，原则上由该岗位的最低级别开始逐级晋升，在没有改变岗位的情况下，一般不低于该职系最低级别薪酬额度，也不高于最高级别薪酬额度。

（2）岗位工资的调整

①岗位工资调整分为岗位变动调整和年度考核岗位工资晋降级动态调整。

②根据每一年度公司经营效益情况，根据各类别经营单位的人均利润增减或者部门工作考核情况，公司对岗位工资进行动态调整，按照相关法律和制度的程序要求，修订工资方案并实施。

（六）员工的薪酬水平（区间），公司平均薪酬水平与当地平均水平的比较情况。

报告期内，公司员工分职级年平均工资薪酬（当年实发工资薪金及其他福利，税前）水平及甘肃省城镇国有单位在岗职工平均工资情况如下：

项目	报告期内税前薪金范围金额（元）
高层	58～73 万元
中层	20～45 万元
普通员工	7～15 万元
甘肃省城镇国有单位在岗职工平均工资	3.84～4.56 万元

报告期内，发行人员工平均薪酬高于当地平均水平。随着发行人业务规模的不断扩大，职工人数随之相应增长，发行人职工薪酬总额支出逐年上升。

（七）发行人未来薪酬制度及水平变化趋势

发行人将继续保持稳健的薪酬制度，不会对目前高管人员薪酬制度进行重大调整，继续由薪酬与考核委员会及人力资源部负责制度薪酬计划、绩效考核制度，并将根据每年效益情况，参照职工人均工资、物价指数及通胀系数，适时对非高管人员薪酬进行调整。

十三、发行人主要股东的承诺及其履行情况

（一）关于避免同业竞争的承诺

本公司控股股东读者集团及持股5%以上股东光大资本出具了《避免同业竞争与利益冲突的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”。

（二）关于股份锁定的承诺

本公司控股股东读者集团及本公司其他法人股东分别做出了股份锁定承诺，详见本节“九、发行人本次发行的股本情况”之“（三）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（三）关于租赁房屋产权的承诺

本公司控股股东读者集团承诺：

1、读者集团一直为位于兰州市南滨河东路 520 号 B 座办公楼部分办公用房的实际使用权人，自该房屋建成交付使用以来，原人民社及读者集团一直使用至今，联建方及其他第三方从未向读者集团主张过任何权利；

2、若因该房屋产权纠纷导致读者传媒无法继续承租或给读者传媒造成损失，读者集团承诺将无条件赔偿读者传媒因此所受全部损失。

（四）与本次发行有关的其他承诺及约束措施

1、发行人、控股股东及董事、高级管理人员关于稳定股价的承诺及约束措施

发行人、控股股东及董事、高级管理人员分别作出了稳定股价的承诺及约束措施，详见本招股说明书“重大事项提示”之“（二）关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施”。

2、发行人、控股股东及董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺

发行人、控股股东及董事、高级管理人员分别作出了关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“（三）关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺。”。

3、控股股东及持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

读者集团、光大资本分别作出了关于持股意向及减持意向的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“（四）公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

4、中介机构关于申报材料的承诺

华龙证券、正天合律师事务所、中喜会计师事务所分别作出了关于本次申报材料的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“（五）本次发行前相关中介机构的承诺”。

关于上述承诺及约束措施，正天合律所认为：发行人、控股股东、股东、实际控制人以及发行人董事、监事、高级管理人员的承诺函均系本人签署。发行人及其股东签署承诺文件履行了相应的决策程序，上述相关主体签署承诺文件的内容符合法律、法规和规范性文件的规定以及中国证监会的要求，其中相关主体提

出的违反承诺时可采取的约束措施合法、有效，不违反法律法规的强制性规定。

经核查，保荐机构认为：发行人、持有发行人 5%以上股份的股东以及董事、监事及高级管理人员已经按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的要求出具了相关承诺。同时，承诺人在承诺中就其未能履行在本次发行中作出的承诺提出了对应的约束措施。承诺人出具上述承诺履行了相关决策程序，并经相关责任主体或其授权代表签署、盖章，上述承诺内容合法、合规、合理，可操作性强，能切实保护上市公司及中小股东的利益。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务和主要产品及其变化情况

本公司拥有完整的期刊、图书、电子音像出版物出版发行业务资质和业务体系。公司目前已形成以期刊、图书出版物为主，电子音像制品及新媒体业务为辅的综合性传媒业务架构。

（一）公司主营业务

本公司的主要业务为期刊、图书（含教材教辅及一般图书）出版物的出版和发行。

1、期刊出版

本公司的期刊由读者杂志社和期刊出版中心组织出版。

2、图书出版

图书出版物主要包括教材、教辅和一般图书。本公司教材由教材出版中心组织出版，一般图书和教辅由公司所属其他图书出版社有限责任公司组织出版。

3、期刊发行

本公司具有期刊出版物的总发行业务资质。公司期刊出版物发行主要采用委托发行方式，其中《读者》主要采取“邮发”方式，即将期刊发行业务委托给全国各省市邮政报刊发行局发行；公司其他期刊主要采用“邮发”和代理相结合的方式发行。

4、图书发行

本公司具有图书出版物的总发行业务资质。公司图书出版物主要采用自办发行和委托发行两种方式。

（二）公司主要产品及服务

本公司的主要产品为期刊、图书（含教材教辅）等出版物。

1、期刊出版物

公司期刊出版物经过多年的发展，已形成以《读者》期刊为核心，《读者·校园版》《读者·原创版》《读者·乡土人文版》《读者·海外版》《读者欣赏》《老年博览》《飞碟探索》《故事作文》《漫品》《明周刊》和《妈妈画刊》等共计 12 种期刊组成的期刊方阵。

2、图书出版物

公司充分利用自身的区域文化特色优势和品牌优势，在历史文化、敦煌艺术、大众阅读、少儿教育等方面形成了具有地方文化特色的精品图书产品线。目前公司正积极策划推出人文精品、西部史地、青少年启迪等主题的精品系列图书。2010 年至 2014 年，公司累计出版各类图书 15,616 个品种，总发行量达 38,295.23 万册。

（三）公司设立以来主营业务及主要产品变化情况

发行人自设立至今，主营业务及主要产品未发生变化。

二、发行人所处行业基本情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业属于“R 文化、体育和娱乐业”大类下的“85 新闻和出版业”。

（一）行业主管部门

1、意识形态主管部门

（1）中共中央宣传部

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门。与图书、期刊出版发行行业相关的主要管理职能是：负责从宏观上指导精神产品的生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。

（2）中共甘肃省委宣传部

中共甘肃省委宣传部负责甘肃省内相关意识形态管理工作。

2、新闻和出版业主管部门

（1）国家新闻出版广电总局

国家新闻出版广电总局是国务院主管新闻出版和广播电影电视事业和著作权管理的直属机构。主要职责是：统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展，监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量，负责著作权管理等。其对图书、期刊出版主要的管理职能是：制定出版业的发展规划、宏观调控目标和产业政策；制定全国出版、印刷、复制、发行单位总量、结构、布局的规划；指导、推进新闻出版业的改革；审核互联网从事出版信息服务的申请，对互联网出版信息内容实施监督管理；管理著作权工作，查处或组织查处有重大影响的著作权侵权案件和涉外侵权案件；负责管理、协调图书、报纸、期刊和电子出版物的进口贸易等。

（2）甘肃省新闻出版广电局

甘肃省新闻出版广电局与图书、期刊的出版发行相关的职责主要是：拟订本省新闻出版业的政策并组织实施，制定新闻出版、著作权管理的相关制度并组织实施；负责对全省新闻出版单位的行业监管，实施准入和退出管理；负责出版物内容监管；组织和指导党和国家重要文献、重点出版物及全省中小学教科书的出版、印制、发行工作；拟订全省出版物市场的调控政策、措施并指导实施，指导对出版物市场经营活动的监管工作。

（3）甘肃省教育厅

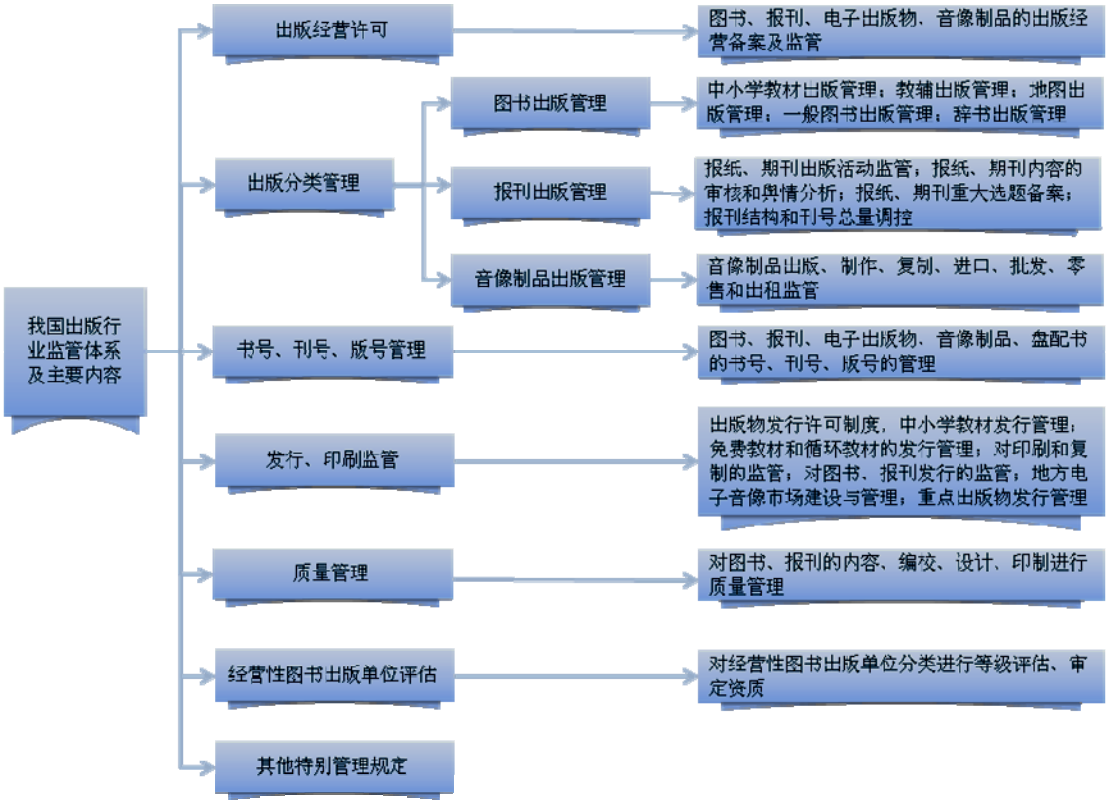
甘肃省教育厅与教材、教辅出版发行相关的主要职责是：负责普通高中教育、幼儿教育、特殊教育的发展政策和基础教育的基本教学文件贯彻落实；组织审定基础教育地方课程教科书。

（4）甘肃省财政厅

甘肃省财政厅履行对甘肃省内文化资产的监督、管理职责，制定全省文化单位国有资产管理规章制度，按规定管理省级文化单位国有资产。

（二）行业监管体制和主要法律法规

我国出版行业监督管理体系及主要监管内容，如下图所示：



1、出版经营许可制度

根据国务院 2011 年 3 月 19 日颁布并实施的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》（国务院令第 594 号），报纸、期刊、图书、音像制品和电子出版物等应当由出版单位出版。设立出版单位，由其主办单位向所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门提出申请；省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核同意后，报国务院出版行政主管部门审批。

2、出版物分类管理制度

（1）期刊

根据国务院 2005 年 9 月 30 日实施的《期刊出版管理规定》（新闻出版总署第 31 号令），期刊由依法设立的期刊出版单位出版。期刊出版单位出版期刊，须持有国内统一连续出版物号，领取《期刊出版许可证》。

国务院出版行政主管部门负责全国期刊出版活动的监督管理工作，制定并实施全国期刊出版的总量、结构、布局的规划，建立健全期刊出版质量评估制度、期刊年度核验制度以及期刊出版退出机制等监督管理制度。

地方各级新闻出版行政部门负责本行政区域内的期刊出版活动的监督管理工作。

（2）图书

根据国务院 2008 年 5 月 1 日实施的《图书出版管理规定》（新闻出版总署第 36 号令）图书由依法设立的图书出版单位出版。设立图书出版单位须取得图书出版许可证。

国务院出版行政主管部门负责全国图书出版的监督管理工作，建立健全监督管理制度，制定并实施全国图书出版总量、结构、布局的规划。

各省、自治区、直辖市新闻出版行政部门负责本行政区域内图书出版的监督管理工作。

（3）音像制品

根据国务院 2011 年 3 月 19 日公布实施的《国务院关于修改〈音像制品管理条例〉的决定》（国务院令第 595 号），国家对出版、制作、复制、进口、批发、零售音像制品，实行许可制度。国务院出版行政主管部门负责全国音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作。

县级以上地方人民政府负责出版管理的行政主管部门负责本行政区域内音像制品的出版、制作、复制、进口、批发、零售和出租的监督管理工作。

（4）期刊、图书选题分类管理

根据国务院颁布的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》（新闻出版署[1997]860 号）和《新闻出版署关于加强和改进重大选题备案工作的通知》等文件规定，图书出版社、音像出版社和电子出版物出版社的年度出版计划及涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后报国务院出版行政主管部门备案；涉及重大选题，未在出版前报备案的出版物，不得出版；期刊社的重大选题，应当依照前款规定办理备案手续。

3、刊号、书号许可使用制度

（1）期刊

中国标准刊号（CSSN）由一个以“ISSN”为标识的国际标准刊号（International standard serial numbering－ISSN）和一个以中国国别代码“CN”为标识的国内统一刊号两部分组成。

期刊刊号由国务院出版行政主管部门对其进行管理。期刊出版单位出版期刊，需持有国内统一连续出版物号，并领取《期刊出版许可证》。公开发行的期刊，需向 ISSN 中国国家中心申领国际标准连续出版物号，并向国务院出版行政主管部门申领条型码，一个国内统一连续出版物号对应出版一种期刊，不得存在“一号多刊”的情况。

（2）图书

中国标准书号是国际标准书号（International Standard Book Number，简称 ISBN）系统的组成部分，它是国际出版业和图书贸易通用的标识编码系统。一个 ISBN 唯一标识一部在制作、销售和发行中的专题出版物。

根据《图书出版管理规定》，出版辞书、地图、中小学教科书等类别的图书，实行资格准入制度，出版单位须按照许可的业务范围出版。图书使用中国标准书号或者全国统一书号、图书条码以及图书在版编目数据须符合有关标准和规定；图书出版单位不得“一号多版”、“书号出刊”。

4、出版物发行、印刷业务的监管

（1）出版物发行制度

根据国务院颁布的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》，我国实行出版物发行许可制度，未经许可，任何单位和个人不得从事出版物发行活动。

从事出版物发行业务的单位和个体工商户经出版行政主管部门批准、取得《出版物经营许可证》，并向工商行政管理部门依法领取营业执照后，方可从事出版物发行业务。

国务院出版行政主管部门负责全国出版物发行活动的监督管理工作；省、自治区、直辖市新闻出版行政部门负责本行政区域内出版物发行活动的监督管理；省级以下各级人民政府新闻出版行政部门负责本行政区域内出版物发行活动的监督管理。

（2）出版物印刷管理

根据国务院颁布的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》和《印刷业管理条例》（国务院令 315 号），我国实行印刷经营许可制度。未取得印刷经营许可证的，任何单位和个人不得从事印刷经营活动。国务院出版行政主管部门负责全国印刷业的监督管理工作。县级以上地方各级人民政府负责出版管理的行政部门负责行政区域内的印刷业监督管理工作。

5、出版物质量管理

（1）期刊

根据新闻出版总署发布的《期刊出版质量管理规定》，主要对期刊内容、编校、设计、印制 4 个方面做出了规定，四项均合格的期刊，其质量属合格。

（2）图书

根据《图书质量保障体系》（新闻出版总署令第 8 号），图书质量保障体系主要从编辑出版责任、预报机制、引导机制、约束机制、监督机制、奖惩机制、责任机制、社会监督机制等几方面对图书质量保障做出了规定。

6、经营性图书出版单位评估

根据原新闻出版总署 2008 年印发的《经营性图书出版单位等级评估办法》的通知，我国建立了图书出版单位评估管理体制。经营性图书出版单位的评估主要从图书出版能力、基础建设能力、资产运营能力、违规记录、附加项目五个方面对图书出版单位进行评估，并将图书出版单位划分为社科类、科技类、教育类、少儿类、文艺类、美术类、古籍类、大学类八个类别，分别按类进行评估。图书出版单位的评估分为四个等级。

7、其他特别管理规定

（1）中小学教材管理

国家对中、小学教材管理主要分编审、出版、发行三个环节，由国家和地方教育、新闻出版行政主管部门进行审查。全国选用的中小学教材，须经过教育部审定，地方教材由省级教育行政主管部门审查；全国中小学教材出版须由省级新

闻出版行政主管部门确定符合出书范围的专业出版社出版，严禁超范围出书；新华书店统一归口征订和发行。

（2）中小学教辅管理

根据《关于进一步加强中小学教辅材料出版发行管理的通知》（新出政发[2011]12 号）、《中小学教辅材料管理办法》（新出联[2001]8 号）和《〈中小学教辅材料管理办法〉的实施意见》（新出联[2001]26 号）的规定，教辅材料禁止编入《中小学教学用书目录》。教辅材料的出版实行总量控制。教辅材料出版单位每年须向国务院出版行政主管部门提出选题计划，经批准后方可出版。教辅材料的出版坚持专业分工的原则，除出书范围含教辅材料的出版单位外，其他出版单位一律不得出版教辅材料。

（3）中小学教材价格管理

根据国务院《关于降低中小学教材价格深化教材管理体制改革的意见》（国办发[2001]34 号）的规定，中小学教材实行中央和省、自治区、直辖市两级管理。根据国家发展改革委、原国家新闻出版总署《关于进一步加强中小学教材价格管理等有关事项的通知》（发改价格[2006]816 号）的规定，为进一步加强中小学教材价格管理，减轻学生家长经济负担,决定降低教材正文印张基准价格，取消价格上浮政策。根据教材正文印张生产成本变化情况，下调教材正文印张基准价格。其他非标准纸张规格的教材基准价格，参照上述教材价格标准，按照相近就低原则确定。

各省、自治区、直辖市价格主管部门会同新闻出版行政部门根据上述规定的教材正文印张基准价格，在下浮 5%的浮动幅度内，制定本地区教材印张单价。

（三）产业政策

1、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

2014 年 8 月 18 日上午，习近平主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议，会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，《意见》强调：推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，

坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。

2、《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

2011 年 10 月 18 日，中共十七届六中全会通过《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。《决定》提出：拓展出版、发行、影视企业改革成果，加快公司制股份制改造，完善法人治理结构，形成符合现代企业制度要求、体现文化企业特点的资产组织形式和经营管理模式。创新投融资体制，支持国有文化企业面向资本市场融资，支持其吸引社会资本进行股份制改造。要重点发展图书报刊、电子音像制品、演出娱乐、影视剧、动漫游戏等产品市场，构建以大城市为中心、中小城市相配套、贯通城乡的文化产品流通网络。完善支持文化产品和服务走出去政策措施，支持重点主流媒体在海外设立分支机构，开拓国际文化市场。

3、《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》

2014 年 4 月 12 日，国务院《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》（国办发[2014]15 号）正式颁布执行。《通知》包括《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》两个文件，主要内容包括：一是保留和延续原有给予转制企业的财政支持、税收减免、社保接续、人员分流安置等多方面优惠政策，特别是保留了免征企业所得税政策，支持力度不减。二是调整和增加有关政策规定，提出建立党委和政府监管国有文化资产的管理机构，强调国有文化企业要健全协调运转、有效制衡的公司法人治理结构，探索实行特殊管理股试点和股权激励试点。三是进一步提高政策含金量，强调扩大文化产业发展专项资金规模，将有线数字电视增值税免税政策重新明确再延长 3 年，新增对

农村有线电视、城市电影放映等增值税优惠政策；进一步明确划拨土地转增国有资本的程序和方式，鼓励利用划拨存量土地兴办文化产业；鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，创新金融产品和服务方式，推动实现融资渠道多元化。

4、《文化产业振兴规划》

2009 年 7 月 22 日，国务院发布《文化产业振兴规划》，把文化产业作为推动经济结构调整、转变经济发展方式的重要着力点，标志着我国已经把发展文化产业提升为一项国家战略。指出：文化体制改革要以推进国有经营性文化单位转企改制为重点，打造新型文化市场主体。要按照创新体制、转换机制、面向市场、增强活力的要求，加快国有经营性文化单位转企改制，完成经营性文化单位转企改制，使更多有条件的文化单位走向市场，在市场竞争中发展壮大，做大做强做优，形成一批真正有实力、有活力的国有或国有控股文化企业。

5、《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》

2005 年 12 月 31 日，国务院《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》（中发[2005]14 号）正式颁布实施。这是深化我国文化体制改革的纲领性文件。《若干意见》的制定，对于加快发展我国文化事业和文化产业，推进社会主义先进文化建设，促进文化建设与经济建设、政治建设、社会建设全面协调发展，具有重要的意义。

6、《新闻出版业“十二五”时期发展规划》

2011 年 4 月，原新闻出版总署印发《新闻出版业“十二五”时期发展规划》（新出政发[2011]6 号），提出新闻出版业在“十二五”期间的主要目标是：到“十二五”期末，新闻出版业发展方式转变基本到位，新兴业态蓬勃发展，数字出版等战略性新兴产业领域的发展达到世界先进水平。新闻出版产品和服务更加丰富，公共服务能力和水平进一步提高。基本扭转新闻出版产品和服务的出口逆差状况，大幅度提升中华文化的国际传播力和影响力。基本形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局，以民族文化为主导、吸收外来有益文化共同繁荣的开放格局。基本建立起统一开放、竞争有序、健康繁荣的现代出版物市场体系，以人为本、面向基层、惠及大众的新闻出版公共服务体系，技术先进、传输快捷、覆盖广泛的现代传播体系。

7、《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》

2010 年 1 月 1 日，原新闻出版总署印发《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》（新出政发[2010]1 号），提出：支持新闻出版企业积极采用数字、网络等高新技术和现代生产方式，改造传统的创作、生产和传播方式。加快从主要依赖传统纸介质出版产品向多种介质出版产品共存的现代出版产业转变。在国家政策允许的条件下，充分利用发行企业债券、引进境内外战略投资、上市融资等多种渠道为企业融资。鼓励条件成熟的新闻出版企业上市融资。

（四）全球出版发行业概况

1、全球出版发行业现状

近年来，全球出版发行业得到快速发展。目前，以图书经营为重点的跨媒介、跨地区经营的国外大型出版集团在国际市场上的占有率较高。以图书市场总价值计算，美国、德国和日本作为世界前 3 大图书市场占据了世界 50%以上的市场份额。总体来讲，美国、德国、日本、英国、中国和法国将在未来很长一段时间内继续作为全球出版发行业中心，引领未来全球出版发行业的走势。

从世界图书出版发行的主流题材来看，教育出版是一个主要组成部分，尤其在发展中国家，随着教育普及化程度的不断提高和人口数量的不断增加，教育类图书的出版发行量接近 70%；专业出版品种和发行量都很有限，但也一直是出版商利润来源之一。大众出版对利润的贡献很少，主要以畅销书为主，并时常作为巨型出版商营销策略的一部分。（资料来源：《2011～2015 年中国出版业行业调研分析及市场预测报告》）

2、全球出版发行业发展趋势

（1）产业全球化趋势明显

在以出版资本跨国运作和跨媒体运作为特征的产业全球化浪潮中，高集中度、强专业化的出版集团凭借其高素质的专业人才、优秀的企业文化、广阔的客户网络、流畅的商业运作以及卓越的知名度，不断拓展市场份额，赢得竞争优势。

（2）行业集中度不断提高

出版发行行业的业务运营在客观上需要广泛的连锁经营网点、高效的物流配送体系、大规模的流转资金和较强的议价能力，行业集中度较高，规模效应明显。出版方面，在英国，阿歇特、哈柏柯林斯、兰登书屋和企鹅占据着大众图书领域的主导地位；在美国，五大巨头所占的市场份额已超过 50%；在日本，5,000 家出版机构中，前三家集英社、讲谈社和小学馆占 25%~26%的市场份额。发行方面，美国大型出版发行机构一般都是跨地区、跨国经营。

（3）数字化转型加速

数字化浪潮正在席卷全球出版业。从细分市场来看，教育类出版商的数字化转型主要表现为学生的在线教学支持、学习平台远程教育、广泛的测试和评估教学用品等；大众出版类出版商的数字化转型，主要表现为大众图书的在线访问、网络书评和数字化营销服务等方面的发展；学术类出版商的数字化转型则更多表现为逐渐由纸质出版向电子化出版过渡。

（4）兼并收购持续推进

自上世纪 90 年代以来，国际传媒业大型出版集团通过并购重组，逐渐优化结构，不断地将业务集中于内容的创新与服务，向新技术和新媒体领域转型的趋势明显。如美国新闻集团收购道琼斯、汤姆森收购路透社、培生教育集团收购励德·爱思唯尔集团旗下的哈考特教育集团美国以外的市场、美国读者文摘集团两次申请破产保护、时代华纳剥离旗下部分期刊业务等。

（五）我国出版发行业概况

1、我国出版发行业现状

“十一五”时期，我国出版发行产业规模快速提升，印刷复制增长势头强劲，出版物发行呈现多元化趋势。图书、报纸、期刊、音像、电子出版物等传统出版物持续发展，数字出版、数字印刷、数字发行等新业态发展迅猛，产业结构不断优化，产业链日趋完善，已基本形成以图书、报纸、期刊、音像、电子、网络、手机等媒体的出版、印刷、复制、传播、外贸等为主，包括教育、科研、版权代理、物资供应、国际合作等在内的完整产业体系。

2、我国期刊出版发行行业发展趋势

近年来，我国期刊业在国家宏观经济发展的带动下，在行业政策的推动下，展现出了如下发展趋势：

（1）体制机制改革提速，为期刊多元化发展增添动力

截至 2012 年 10 月，全国已有 3,217 种非时政类报刊出版社完成转企改制，占总数 96.6%。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》提出，全国报刊出版单位数量将减半，这一硬指标将决定一些经营不善、效益不佳的报刊要退出市场，更多的出版资源将向实力强大的报刊出版传媒集团集中。

（2）刊群建设加速，实现规模化发展

刊群建设具有资源共享优势、品牌优势、孵化新刊的优势、竞争优势及成本优势，成为期刊行业规模化发展的有效路径与手段。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》对未来 5 年我国报刊业的发展提出明确目标：“十二五”期末，实现人均年消费期刊 3.1 册，期刊出版业平均增长 4%，形成 10 个左右具有较强辐射能力的报刊出版产业集聚中心，打造 10 家左右跨地区、跨行业、跨媒体经营的大型国有报刊传媒集团。

（3）数字浪潮不断推进，期刊技术发展新机遇

随着数字技术的发展，期刊的发展迎来了前所未有的机遇与挑战。一方面，数字技术不断优化升级生产要素成本、流程再造等因素，刷新了传统期刊出版物的出版和发行方式；另一方面，数字技术也催生了期刊互联网销售商，促进了期刊的分销技术和渠道管理水平的优化升级。

（4）成为国家实施文化“走出去”战略的重要力量

期刊的传播力是国家软实力的重要组成部分。“十一五”期间我国综合实力的提高，为期刊“走出去”提供了历史机遇。通过实物直接输出、版权合作、海外办刊等多种方式，参与国际竞争，提升品牌的国际影响力。

3、我国图书出版发行行业发展趋势

（1）跨省经营、兼并收购逐步推进

与发达国家相比，我国图书出版发行业的集中度较低，不利于整体行业的发展。2009 年，原新闻出版总署发布《支持新闻出版业体制改革的指导意见》，

提出加速新闻出版行业体制改革。目前，出版发行行业战略重组的大幕已经拉开，跨省并购、合作正逐步涌现，培育资产和资源集中度高的大型出版传媒集团已成为我国出版发行业未来发展的必然趋势。

（2）市场竞争主体不断增加，加剧了市场竞争的激烈化程度

近几年，民营书店成功利用总发行权和连锁经营权的放开，通过建立销售网点控制终端市场以及建立灵活的业务模式，逐步增强其图书发行的竞争实力。随着图书出版发行市场的进一步开放，民营资本开始由发行环节向出版环节渗透，更加积极参与到选题、策划、合作书稿、协作出版等业务，市场竞争日趋激烈。

（3）图书结构的市场化调整逐步加快

在我国的教育图书、大众图书和专业图书三大书业领域中，教育图书长期占有首要地位，表现为“刚性需求”的教材长期成为图书销售增长的主要因素。自2005 年政府对中小学教材实行招标投标试点以来，教材市场由过去的专营市场转变为开放性市场，各大出版发行企业教育图书出版发行业务受到不同程度的影响，专业图书和大众图书领域成为新的利润增长点，市场化调整步伐逐步加快。

（4）数字化出版加速渗入行业各环节

网络在线阅读、手机阅读、手持式阅读器阅读等数字阅读方式正成为一种普遍的阅读方式。按照我国目前的信息化发展速度以及电子阅读器、网络教学软件、电纸书包等数字应用技术的不断完善，数字化出版方式渗入我国出版发行业各环节的速度将不断加快。

（六）行业市场规模

从出版发行市场的运营模式区分，出版发行市场主要分为出版市场和发行市场。出版市场主要是出版单位根据消费者的阅读偏好和信息获取需求，进行选题、组稿、编辑，并以图书、期刊、报纸、音像制品及电子出版物等方式向市场推出；发行市场则主要服务于出版市场，是实现出版物销售的环节。

1、出版市场规模

按出版物类别区分，出版市场主要可分为图书、期刊、报纸、音像制品及电子出版物四大类出版物市场。根据国家新闻出版广电总局发布的《2013 年新闻出版产业分析报告》，具体情况如下：

（1）图书出版市场

2013 年全国共出版图书 44.4 万种，较 2012 年增长 7.4%。其中，新版图书 25.6 万种，增长 5.8%；重版、重印图书 18.8 万种，增长 9.6%。2013 年全国图书出版总量规模情况如下：

总量指标	数 量	较 2012 增减（%）
品种	44.44 万种	7.35
总印数	83.10 亿册张	4.87
总印张	712.58 亿印张	6.83
定价总金额	1,289.28 亿元	8.95
营业收入	770.78 亿元	6.53
利润总额	118.58 亿元	2.91

（2）期刊出版市场

2013 年，全国共出版期刊 9,877 种，较 2012 年增长 0.1%。2013 年全国期刊出版总量规模情况如下：

总量指标	数 量	较 2012 年增减（%）
品种	9,877 种	0.10
总印数	32.72 亿册	-2.26
总印张	194.70 亿印张	-0.67
定价总金额	253.35 亿元	0.26
营业收入	221.99 亿元	0.51
利润总额	28.59 亿元	13.08

2、发行市场规模

（1）国内出版物发行市场规模

2013 年，国内出版物发行实现营业收入 2,710.7 亿元，较 2012 年增长 12.1%；利润总额 221.1 亿元，增长 12.8%。其中，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 2,346.2 亿元，较 2012 年增长 8.6%。2013 年全国出版物发行总量规模情况如下：

总量指标	数量（处，亿元）	较 2012 年增减（%）
出版物发行网点	172,447	-0.11
出版物总销售额	2,346.15	8.62
营业收入	2,710.74	12.08
利润总额	221.11	12.79

（2）图书、报纸、期刊出口市场规模

2013 年，全国累计出口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、数字出版物数量 2,387.4 万册（份、盒、张），较 2012 年增长 14.3%；金额 10,462.4 万美元，增长 10.4%。全国累计进口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、数字出版物数量 2,390.0 万册（份、盒、张），下降 24.3%；金额 48,071.0 万美元，增长 2.7%。进出口总额 58,533.4 万美元。2013 年各类出版物出口情况如下：

类型	指标（单位）	累计出口	累计进口	总 额	差 额
图书、期刊、报纸	数量（万册、份）	2,375.31	2,361.54	4,736.84	13.77
	金额（万美元）	8,115.46	28,048.63	36,164.09	-19,933.16
音像制品、电子出版物、数字出版物	数量（万盒、份）	12.12	28.51	40.63	-16.38
	金额（万美元）	2,346.96	20,022.34	22,369.30	-17,675.38
合 计	数量（万册、份、盒、张）	2,387.43	2,390.04	4,777.47	-2.61
	金额（万美元）	10,462.43	48,070.97	58,533.39	-37,608.54

3、出版发行市场发展前景

随着文化体制改革的不断深入和出版发行市场的逐步开放，我国出版发行市场总体呈现出快速发展的态势，出版物种类、数量、定价金额以及发行种类、数量和销售金额总体均呈稳定增长的良性发展态势。虽然近年来受到数字化阅读方式的冲击，但国民的阅读习惯并未发生根本性的改变，纸质阅读媒介在未来较长时间内仍将是出版发行市场的主要产品。

随着我国高等教育普及率的不断提高以及农村城市化进程的不断加快，城乡居民在受教育程度和文化生活方面的需求将逐渐趋同，城乡文化差异将逐渐缩小，对图书、期刊、报纸、音像制品及电子出版物的需求已呈现出逐年增加和多元化发展趋势，将为出版发行市场开辟出广阔的增量空间。

根据中国新闻出版研究院组织实施的第十一次全国国民阅读调查结果显示，2013 年我国成年国民包括书报刊和数字出版物在内的各种媒介的综合阅读率为76.7%，较 2012 年的 76.3%上升了 0.4 个百分点。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》中提出：到“十二五”期末，使国民综合阅读率达到 80%。国民阅读率的提高也将带动出版发行市场需求的快速增长。

根据《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，在产品规模方面，到“十二五”期末，我国年图书出版总印数达到 79.20 亿册（张），报纸出版总印数达到 552.20 亿份，期刊出版总印数达到 42.20 亿册。“十二五”时期，我国出版产业增长速度达到 19.20%，实现全行业总产出 29,400.00 亿元，实现增加值 8,440.00 亿元。我国出版发行市场存在着巨大的发展潜力和广阔的市场空间。

（七）出版发行行业的竞争格局

国家新闻出版广电总局发布的《2012 年全国新闻出版业基本情况》数据显示，2012 年全国共有出版社 580 家（包括副牌社 33 家），其中中央级出版社 220 家（包括副牌社 13 家），地方出版社 360 家（包括副牌社 20 家）。

1、出版行业主要企业

（1）期刊出版行业主要企业情况

根据中国期刊协会出具的中刊协[2015]第 006 号证明文件，2013 年全国出版平均期印数前十名排名情况如下：

单位：册

排名	期刊名称	刊期	平均期印数	单位（企业）名称
1	读者	半月刊	3493985	读者出版传媒股份有限公司
2	特别关注	月刊	3229595	湖北日报报业集团
3	时事报告（大学生版）	半年刊	3000000	时事报告杂志社
4	特别文摘	半月看	1827677	中国剪报社
5	知音漫客	周刊	1556631	湖北知音传媒股份有限公司

6	求是	半月刊	1540000	《求是》杂志社
7	故事会	半月刊	1450000	上海文艺出版集团有限公司
8	中共中央办公厅通讯	月刊	1300000	中共中央办公厅
9	时事（《时事报告》中学生版）	月刊	1300000	时事报告杂志社
10	意林	旬刊	1300000	意林杂志社

发行人出版发行的《读者》出版发行规模位居行业企业前列，在出版观念转型、刊群建设、品种规模效益及质量控制水平等方面均具备优势。

（2）图书出版行业主要企业情况

根据《2013 年新闻出版产业分析报告》统计数据，选取出版单位合并报表中的主营业务收入、资产总额、所有者权益和利润总额 4 项经济规模指标，采用主成分分析法，对图书出版集团的总体经济规模进行综合评价。前 10 位降序依次为江苏凤凰出版传媒集团有限公司、湖南出版投资控股集团有限公司、山东出版集团有限公司、中国教育出版传媒集团有限公司、江西省出版集团公司、安徽出版集团有限责任公司、中国出版集团公司、浙江出版联合集团有限公司、河北出版传媒集团有限责任公司和中原出版传媒投资控股集团有限公司。

2、出版行业竞争格局

（1）期刊出版行业格局

2013 年，全国共出版期刊 9,877 种，较 2012 年增长 0.1%，其中，《读者》《求是》等 15 种期刊的平均期印数达到 100 万册，较 2012 年增加 1 种。

①集团化竞争加剧

随着期刊市场竞争加剧，主流期刊的资源整合能力将进一步在竞争中显示力量，一些强势杂志走上了集团化发展的道路，内部的组织架构和资源配置更加合理，更具有竞争力。而规模较小的期刊则不可避免地被边缘化。

②市场不断细分

期刊市场出现细分化趋向既是获取稳定的读者群的要求，也是广告投资的必然要求。只有那些定位准、有特色、目标读者稳定的期刊才能在广告方面拥有很强的竞争力。

（2）图书出版业行业格局

伴随着出版行业市场化进程的加快，各地出版集团纷纷组建，散布的地方出版资源得到了整合，从而推动图书出版上游市场竞争格局发生变化。

从地理区域格局看，我国现有出版机构绝大部分分布在北京、上海及东南沿海发达地区。从出版量、图书种类看，北京的图书出版业所占比例将近全国的一半。由于北京拥有全国最集中的作者资源、媒体宣传资源和市场影响力，近年来全国各地出版发行集团纷纷在北京建立分支机构，许多民营图书公司也开始将重心向北京转移。

（3）教材出版竞争格局

目前我国教材出版的核心要求是要从内容上强调减轻学生负担，强化“情感、价值观的渗透”；在教材编写上由以往人民教育出版社一家垄断教材编写出版的“一纲一本”统编模式改为“一标多本”，即在统一教育大纲、统一课程标准之下，放开多家出版机构，参与教材编写和出版发行。

目前，全国已有 80 多家出版社或独立法人团体被教育部批准编写出版中小学教材。每年教育部都会印制教学用书目录，下发各省教育厅，供地方选择使用。

（八）进入出版发行行业的主要障碍

1、政策准入

我国对报社、期刊社、图书出版社、音像出版社和电子出版物出版社等出版单位的设立及其出版物的出版、发行依法实行许可制度。除上述限制外，我国对非公有资本进入文化领域严格按照《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》中规定的政策许可领域及范围进行管理，严格限制非公有资本投资设立和经营通讯社、报刊社、出版社等；不得经营报刊版面、广播电视频率频道和时段栏目等；外资进入我国文化领域严格按照《关于文化领域引进外资的若干意见》中规定的政策许可领域进行管理，明确禁止外商投资从事书报刊的出版、总发行和进口业务，音像制品和电子出版物的出版、制作、总发行和进口业务，以及利用信息网络开展视听节目服务、新闻网站和互联网出版等业务。

2、规模壁垒

在目前的期刊市场中，综合类期刊明显少于市场细分的期刊。期刊的发行量和市场占有率是评估期刊优劣的主要标准，只有具备一定市场地位并形成一定发行量的综合类期刊才能最终形成稳定的读者群和广告客户。

图书的出版发行是综合过程，主要费用包括选题、编写、出版、发行费用以及购买版权、支付稿酬、人员工资等费用。在图书出版环节，前期的资金投入较大，如果选题不当，则对出版社而言就意味着投入无法取得回报；在图书发行环节，一般图书出版社会给图书经销商一定的折扣比例，达到盈亏平衡通常需要有一定销量的保证，对新市场进入者的产业规模和资金实力提出了较高要求。

3、品牌壁垒

在期刊市场方面，品牌是对期刊的办刊理念、市场定位、风格特色、营销策划、整体形象的高度抽象和概括。期刊品牌树立的关键在于构建读者对期刊的认同感。因此，拥有较好品牌的企业能够获得更多的市场机会，从而在出版资源的获取、出版成本的控制、营销渠道的扩张、市场的快速推广等方面形成了强大的联动效应和竞争优势，给新进入企业形成壁垒。

在图书市场方面，品牌影响力是开拓市场和吸引读者的主要竞争优势，优秀的品牌影响力可以帮助企业获得优秀的出版资源和人才，并在市场竞争中形成一定的话语权和议价能力，从而提高获取市场资源的筹码，对新进入该领域的企业形成强大的竞争优势。

4、专业人才壁垒

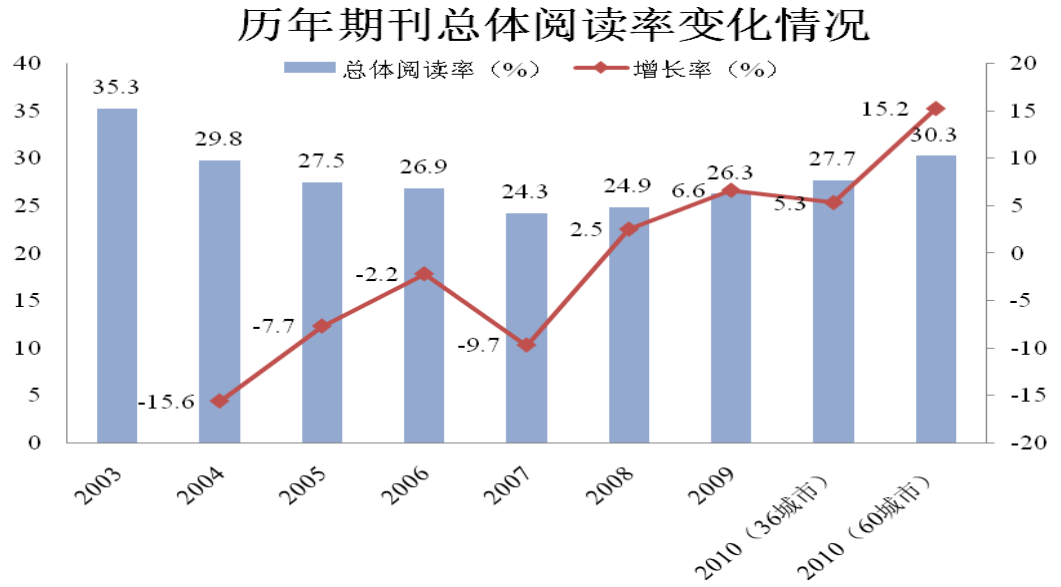
期刊、图书出版行业是智力密集型行业，人才是出版行业的核心竞争力。优秀的出版人才队伍需要有具备策划与选题能力的编著人员、市场开发与管理的发行人员以及文稿校对、排版、平面媒体、网络媒体等专业从业人员。出版行业人才队伍建设是保证出版企业生存与发展的关键因素，优秀的出版企业通常能把优秀的出版资源和人才聚集于自身周围，为企业进一步提高出版水平及市场化水平起到积极作用，对新进入出版行业企业构成了较大障碍。

（九）市场供需情况及变动原因

1、期刊出版发行市场供需情况

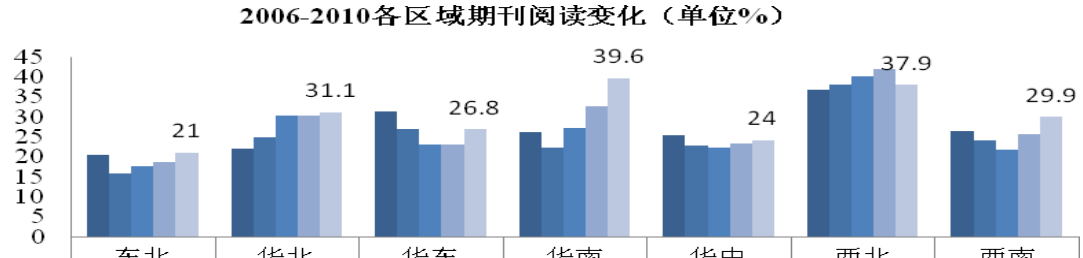
近几年，我国期刊市场需求主要体现在以下几个方面：首先，期刊读者中男性群体明显扩大，势必会引起期刊内容、发行渠道等方面的相应变化；其次，期刊阅读群体年龄更加成熟化，尤其是 25~44 岁中青年读者明显增加；第三，期刊的价值进一步提升，主要得益于期刊读者向高学历、高收入群体集中的程度不断加强；第四，期刊满足特定群体的特点日益突出，对读者的细分成为推动期刊可持续增长的有效途径。

从整体期刊市场规模看，2010 年 36 城市的期刊总体阅读率为 27.7%，比 2009 年增长了 5.3%，60 城市的期刊总体阅读率为 30.3%，比 2009 年增长了 15.2%。期刊市场从 36 城市扩展到 60 城市，新增的主要是三、四线城市，为期刊市场的增长提供了增长动力。



数据来源：中国期刊年鉴

从不同的区域市场看，华南市场期刊的阅读率增长幅度表现突出，成为增长最快的区域，其他区域除西北区域略有下降以外，西南、华东、东北期刊市场阅读率均有不同幅度的增长，增长成为各区域市场的主旋律。



	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
2006	20.45	21.95	31.41	26.12	25.44	36.72	26.26
2007	15.9	24.73	26.94	22.25	22.8	37.9	24.09
2008	17.7	30.3	23.1	27.1	22.3	40.1	21.6
2009	18.7	30.3	23.1	32.7	23.4	41.9	25.5
2010	21	31.1	26.8	39.6	24	37.9	29.9

数据来源：中国期刊年鉴

从发行周期的角度看，半月刊和月刊的阅读率仍然高居前列。2010 年的总体阅读率分别达到了 18.4%和 17%，而周刊阅读率为 0.9%。从增长情况分析，与 2009 年相比，月刊的总体阅读增长率达到了 28%，并且连续三年持续提高。期刊以其丰富多样的内容、深度的分析报道赢得越来越多的读者。

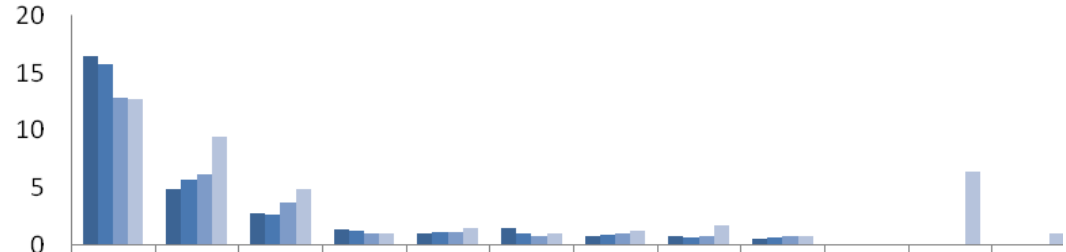
2004~2010 年不同发行周期期刊总体阅读率的变化

	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
周刊（%）	3.1	2.4	2.1	1.8	1.3	1.0	0.9
旬刊（%）	0.3	2.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.8
半月刊（%）	21.0	19.7	18.8	17.2	15.9	16.9	18.4
月刊（%）	12.8	10.6	11.0	9.4	12.5	13.3	17.0
双月刊（%）	1.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1

数据来源：中国期刊年鉴

2010 年，休闲类期刊以 12.7%的总体阅读率成为每期阅读率最高的期刊。此外，时尚类、健康类、情感家庭类的阅读率位居第二梯队，是期刊市场的主力军。

2007-2010年各类期刊的总体阅读率(单位%)



	休闲	时尚	健康	IT	汽车	娱乐	财经	新闻	体育	航空	情感家庭	男性时尚
2007	16.5	4.9	2.8	1.3	1	1.4	0.8	0.8	0.5	0.1		
2008	15.8	5.7	2.6	1.2	1.1	1	0.9	0.6	0.6	0.1		
2009	12.8	6.2	3.7	1	1.1	0.8	1	0.7	0.7	0.1		
2010	12.7	9.4	4.9	1	1.5	1	1.2	1.7	0.8	0.1	6.4	1

数据来源：中国期刊年鉴

综上所述，尽管期刊时效性不强，但其以较强的思想内涵、深入的社会引导性以及对事件的深层分析，被大众所喜爱。期刊市场总需求随着国民教育水平、精神文化需求以及收入水平的不断提升而进一步发展和壮大。

2、图书出版发行市场供需情况

从图书市场需求结构来看，图书产品的娱乐、知识和信息功能，产生了大众图书市场、教育图书市场和专业图书市场。我国图书市场格局如下表所示：

中国图书市场基本结构

市场类型	需求	具体图书需求
大众图书市场	基本文化需求	小说，休闲，生活，旅游，传记，纪实文学
教育图书市场	基础知识需求	教辅，少儿，历史，工具书，外语
专业图书市场	专业信息需求	财经，法律，政治，科技，计算机，哲学

（1）大众图书市场面向普通大众，是最活跃的市场，但该类图书替代品多，价格弹性大。

（2）教育图书市场主要面向青少年及管理人员，对教材类、培训类图书及工具书需求较大，但国内市场真正满足读者需求的此类图书并不多，市场潜力大。

（3）专业图书市场主要面向专业人才，市场需求稳定，少数种类图书需求增长迅速。此类图书的购买者一般有较强购买力和明确需求，图书价格弹性不大。

3、市场供需不断增长的原因

（1）国民经济高速发展，人民生活进入大众消费的新成长阶段

自改革开放以来，我国国民经济保持高速发展的态势。2010 年我国 GDP 总量达到 39.8 万亿元，跃居世界第二位，人均 GDP 超过 4,000 美元，提前实现了 2020 年人均 GDP 达到 3,000 美元的全面建设小康社会的目标。城乡居民收入不断翻番，人民生活水平不断改善，文化消费需求和消费能力持续、快速扩张，为出版业的进一步发展提供了强有力的经济保障。（数据来源：国家统计局）

（2）人民文化素质不断提高，高学历人群迅速扩大

随着九年制义务教育的推行和高等教育的普及，我国人民的文化素质不断提高，受教育人口比重不断上升，高学历人群迅速扩大。2005~2009 年，我国大专及以上人口数年均增长 8.13%。2010 年，我国高等教育毛入学率达到 26.5%，高等教育进入大众化发展阶段。基数庞大且不断增长的受教育人群及其阅读、学习需求的存在，为出版业的发展提供了广阔空间。（数据来源：国家统计局《中国人口统计年鉴》）

（3）我国成年阅读率显著提高，与发达国家仍存差距

根据中国新闻出版研究院组织实施的第十一次全国国民阅读调查结果显示，2013 年我国成年国民阅读率达到 57.8%，比 2012 年增加 2.9 个百分点；成年国民人均纸质图书和电纸书合计阅读量为 7.25 本，比 2012 年纸质图书和电纸书合计阅读量 6.74 本上升了 0.51 本，但与发达国家仍存在较大差距，未来提升空间巨大。

（4）国家政策积极扶持，开启全民阅读新纪元

国家积极推动文化产业成为国民经济支柱性产业，政府正通过“全民阅读”、“图书馆馆配”及“农家书屋”建设等政策提高城镇居民阅读量，为出版发行市场的增长提供了有力的政策支持。

4、行业利润水平及变动趋势及变动原因

（1）行业利润水平

2013 年，我国新闻出版产业主要经济指标平稳增长，产业规模继续扩大。全国出版、印刷和发行服务实现营业收入 18,246.40 亿元，较 2012 年增加 1,611.1 亿元，增长 9.68%；利润总额 1,440.19 亿元，较 2012 年增加 122.8 亿元，增长 9.32%。反映出新闻出版产业仍继续保持了较强的可持续发展能力。2013 年我国出版行业主要经济指标如下：

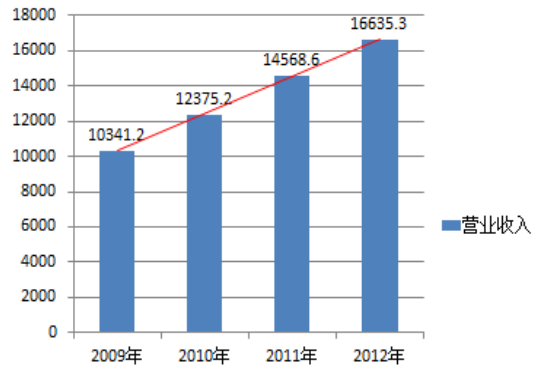
经济指标	金额（亿元）	较 2012 年增减（%）
营业收入	18,246.40	9.68
资产总额	17,207.70	9.40
所有者权益（净资产）	9,023.17	10.52
利润总额	1,440.19	9.32

（资料来源：国家新闻出版广电总局《2013 年新闻出版产业分析报告》）

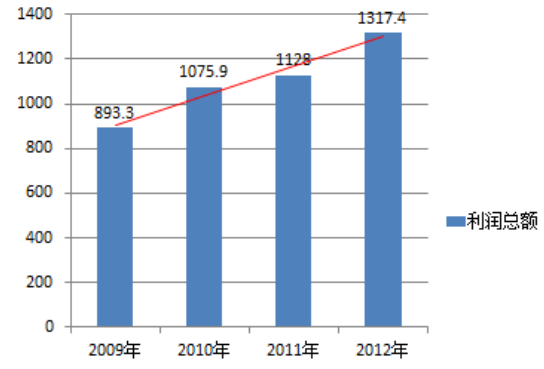
（2）行业利润水平变动趋势

我国从 2008 年加快实施文化体制改革以来，出版行业整体利润呈现稳定增长态势。根据新闻出版署历年发布的《新闻出版产业分析报告》统计数据，新闻出版业营业收入及利润总额变动趋势如下：

图：2009-2012年新闻出版业营业收入（亿元）



图：2009-2012年新闻出版业利润总额（亿元）



（3）行业利润水平变动原因

①期刊出版业利润变动原因

传统期刊的利润来源主要有两种方式，一是依靠发行收入，盈利来源受制于期刊发行量；二是依靠广告收入，采用低于成本的价格发行，以扩大广告投放量来获取利润。上述两种传统的盈利模式的局限性在于：发行收入受到发行量的限

制，随着期刊市场渐趋饱和，大多数期刊的发行量难以快速提升；广告收入虽然每年呈现增长态势，但是市场份额被少数大刊占有。随着期刊市场化程度的不断提高，具有期刊发行量和品牌优势的期刊产品将更具有竞争力。

②图书出版业利润变动原因

我国图书价格总体偏低。首先，稿费或版税占书价的比例还是远低于国际平均水平；其次，人均购书量相对于发达国家仍然处于较低水平；第三，我国图书市场利润变动及增长的主要动力仍来自价格提升，预计未来五年图书价格将保持年均约 5%的增长率。

③教材出版行业利润变动原因

随着教育出版领域改革的进一步深化，现有的教材出版发行市场格局将被打破，竞争日趋激烈。市场主体将依靠自身的渠道、品牌、规模等优势在竞争中赢得先机，增强盈利能力。

（十）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策扶持

随着《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等一系列政策的颁布，我国将文化建设提升到了全局性战略高度，为文化产业的大发展、大繁荣提供了政策支持，进一步激发了文化产业的创新活力。原新闻出版总署印发《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》明确提出：大力推动经营性新闻出版单位转制和改制，培育合格的市场主体。在国家政策允许的条件下，鼓励条件成熟的新闻出版企业上市融资。

（2）国家公共文化服务体系建设的拉动

国家为加强公共文化服务体系建设提供了政策保障及资金支持，在出版业主要体现在“农家书屋”的建设。截至 2010 年底，我国“农家书屋”已建成 24 万家，覆盖全国近 40%的行政村。未来 10 年，国家将在 64 万个行政村，7 万个社区建成村民、居民公用书屋，市场前景广阔。

（3）国民经济的持续增长和居民文化需求的不断提高

近年来，我国国民经济快速发展，居民生活水平不断提高。随着大众消费重点从物质领域向文化领域转移，独立的文化消费市场得以形成，文化产业在市场需求的刺激下应运而生，文化消费正步入快速增长期。2010 年全国城镇居民家庭消费支出中，人均文化教育娱乐服务支出比重仅为 12.1%，文化消费潜力远未得到释放。

（4）我国阅读人群基数较大，阅读率逐年提升

随着国民消费水平的进一步提升，我国国民阅读率整体保持着稳中有升的态势，国民阅读消费市场将逐步增大。根据我国 2010 年第六次全国人口普查数据，同 2000 年第五次全国人口普查相比，每 10 万人中具有大学文化水平的由 3,611 人上升为 8,930 人；具有高中文化水平的由 11,146 人上升为 14,032 人；文盲率由 6.72%下降为 4.08%。

（5）国民文化教育支出逐年提高，家庭教育类书刊需求不断增长

近年来，家庭教育类书刊在我国书刊零售市场的码洋比重逐年增长，动销品种规模也有所提升。从收益角度看，家庭教育类书刊在我国图书零售市场的收益能力良好。2008 年至今，家庭教育类书刊一直保持着 10%以上的同比增长率，高于同期全国书刊零售市场的增长速度。

（6）新媒体、新技术催生更广阔的市场空间

中国互联网络信息中心发布的第 33 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2013 年中国网民规模达到 6.18 亿人，互联网普及率达到 45.8%。新媒体和新技术已经改变了人们的生活、工作、阅读甚至思维方式，当前以互联网、通信网、电视网为基础的电子报纸、电子期刊、电子图书、网络文学、网络数据库、手机报纸、手机期刊、手机小说等新型数字媒体已经初具规模，市场空间广阔。

2、不利因素

（1）区域资源配置不合理

我国的出版资源主要集中在经济发达地区，中西部地区出版资源相对薄弱。以图书出版单位为例，2010 年北京地区的图书出版单位总产出、增加值、资产总额、利润总额分别占全国总量的 40.9%、60.1%、34.8%、38.4%；其图书出版单位、就业人数分别占全国总量的 40.6%和 46.1%，居全国前列。

（2）市场条块分割、资源分散、地区封锁依然严重

我国的出版业存在着资源配置分散、行业集中度不高、市场份额不大的弊端。一方面，出版社受限于地域壁垒，在空间上难以扩张；另一方面，出版社在人事、分配、财务、经营等方面受到管理部门的控制，形成了人为的壁垒，难以形成成熟的劳动、资本等要素市场。

（3）传统出版业态向新型业态转型迟缓，企业创新能力不足

随着生活节奏的加快，单一的媒体已不能满足人们对信息传播的速度、广度、深度等方面的需求，各种媒体间的交叉、渗透、互动、融合对传统出版行业的创新能力和业态转型提出了新的挑战。面对数字化浪潮的冲击，我国出版业发展滞后，大多数出版单位无法将信息技术运用在出版工作的各个环节，尚未形成成熟的产业规模及模式，急需提升业务创新能力，进一步探索新业务经营渠道与模式。

（4）出版物内容同质化现象削弱了读者的阅读兴趣

人们对出版物的内容需求近年呈现多样化、精细化、层次化的特点，既有娱乐化、消遣化的浅层次需求，又有对哲理、道德、学识的深层次需求。为追求近期利益、减少市场风险，出版单位忽视了对于出版物新型题材的挖掘，在出版内容和分割上出现了同质化倾象，从而影响了出版单位的品牌及市场建设，不利于行业的整体良性发展。

（5）复合型人才队伍建设和综合管理水平滞后

随着出版业体制改革的不断深化，其内容结构、传播介质、技术手段、经营模式等各方面都发生了深刻变革。人才作为出版业的核心竞争力，不再局限于传统的文字编辑，掌握着专业化知识的经营管理、财务管理、外语等复合型人才成为制约行业及企业发展的重要因素。

（十一）行业特点

1、行业技术水平

随着社会信息技术水平的不断进步，出版业的技术特点正悄然发生转变，数字出版、网络出版、电子出版等新型出版技术正逐步成为出版业技术水平的代表。

（1）数字出版技术

作为典型的资金密集、技术密集及智力密集型行业，我国数字出版业逐步成为新闻出版业的新兴战略产业。《数字出版业“十二五”时期发展规划》明确提出：十二五末数字出版总产出力争达到新闻出版产业总产出的 25%，在全国形成 8~10 家年产值超百亿的国家数字出版基地或国家数字出版产业园区，建成 5~8 家集书报刊和音像电子出版物于一体的海量数字内容投送平台，形成 20 家左右年收入过 10 亿的有国际竞争力的数字出版企业。

数字出版技术主要通过以下四种形式体现：①传统出版业的数字化，即以传统纸质出版物为主体，通过配套的光盘或网站为纸质出版物提供内容丰富、图文声像并茂、交互性强的增值产品或服务，形成以图书为主、光盘和相关网站为辅的立体化出版资源；②内容资源库，即传统出版社将其拥有丰富的内容资源加以系统化和集成化，以实现更方便的管理和对内容资源进行二次营销而建立的内容数据库；③按需出版，即根据客户要求，按照不同地点、时间、数量、内容的需求来制作个性化出版物。④移动终端出版，它基于通讯技术平台，利用手机或类似的终端产品，实现对数字内容的创作、编辑、发布等。

（2）网络出版技术

网络出版技术，是指互联网信息服务提供者将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工，登载在互联网上或者通过互联网发送到用户端，供公众浏览、阅读、使用或者下载的在线传播行为。

网络出版一般分为简单出版，多媒体出版和混合出版三种形式。简单出版主要是指以文字、图片形式为主的出版形式，包括各类文章，文学作品、学术研究著作以及短信贺卡等，这类出版形式具有易于检索，阅读浏览方便，传输占用带宽少等特点；多媒体出版主要是指采用多媒体技术进行互联网出版，包括各种音像读物，动漫游戏作品，多媒体广告、彩信等；混合出版是指将简单出版、多媒体出版和网络结合在一起，形成不可分割的互联网出版形式。

（3）电子出版技术

电子出版是指以数字代码方式将图、文、声、像等信息编辑加工后存储在磁、光、电终端介质上，通过计算机或其他具有类似功能的设备读取使用，并可复制或下载发行的大众传播媒体。电子出版既包括图书、期刊、报纸等出版物在生产

过程中的计算机编辑排版，也指采用电子技术手段从事出版物生产制作，并且最终产品也是电子形式出版物的出版活动，还包括以电子形式出版和传播信息的其他任何活动，如文本、超文本、可视图文(videotext)、电子邮件、电视、广播等的制作、传递、浏览、阅读、下载、联网打印等。

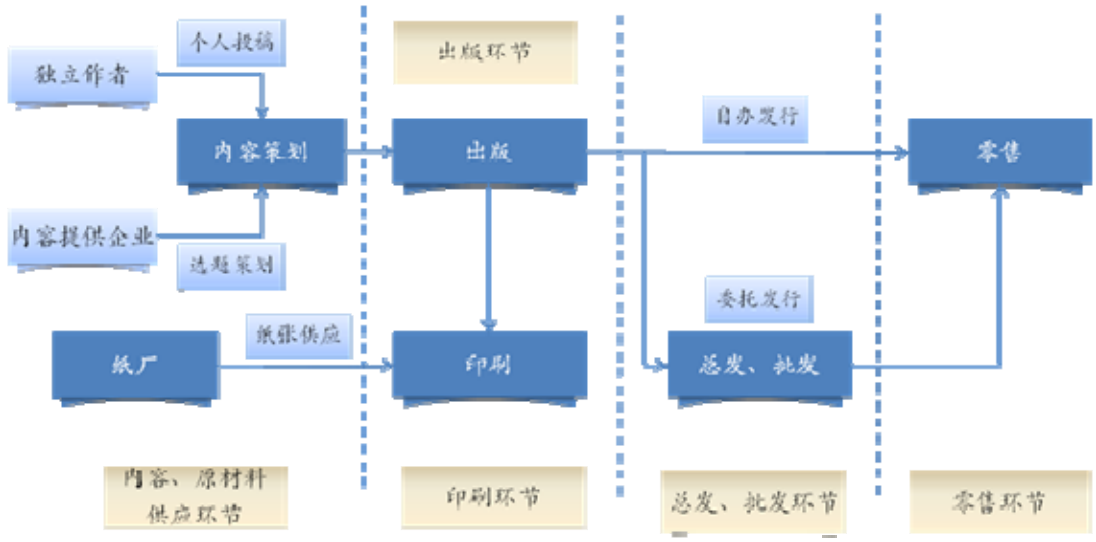
2、行业波动性特征

出版业的波动性特征主要表现在教材教辅销售市场上。教材教辅的销售高峰主要出现在每年春、秋两季开学时，形成图书市场销售季节性波动的特征。

（十二）发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性

期刊、图书出版业的产业链可分为内容策划、书刊原材料供应、印刷出版、总发与批发、零售等五个主要环节，各个部分均具有较为独立的商业体系。在整个上下游产业链中，内容策划和书刊原材料供应处于前端体系，出版环节是核心中端体系，并通过下游的印刷、发行、零售组成完整的产业链条。出版社完成内容选题策划并将原材料和出版内容交由印刷厂排版印刷，印刷厂完成印刷后，根据期刊、图书的发行渠道实现最终销售。

出版行业产业链示意图：



在整个产业链中，处于上游的出版、原材料供应环节与下游的印刷、发行环节相互依存、相互促进，不断推动出版业向前发展。

发行人为了有效控制出版物的出版质量，从产业链上游开始严格对出版物生产用纸进行把关。公司期刊及图书出版物目前采用定制的专用纸进行印刷，每年的用纸量大，该业务所产生的交易金额也相对较大。公司出版的期刊、图书主要用纸为双胶纸和铜版纸等，2011 年至 2013 年末，双胶纸和铜版纸市场价格总体处于下行趋势，纸张的价格波动对处于下游的出版行业的利润影响较大。

三、发行人在行业中的竞争地位

目前，发行人的主要竞争能力通过期刊的出版发行业务得到体现，而图书出版发行业务在区域教育出版发行市场和特色出版领域也具有重要地位。

（一）发行人在行业中的竞争地位

1、公司期刊出版发行业务竞争地位

公司期刊出版发行业务的竞争地位通过《读者》期刊体现。

（1）《读者》独特的办刊理念及文化内涵

《读者》创刊于 1981 年 4 月。自创刊以来，始终坚持以“真、善、美”为主题，从人文关怀的视角来思考中国人的生存、生活和发展。《读者》注重文化知识的传播和积累，注重文章的思想性、可读性、感染力和渗透力，从而在《读者》与读者之间产生深刻的文化共鸣。

（2）广泛的市场认可及良好的经营业绩

历经 30 多年的发展，《读者》月发行量由最初的 3 万册发展至目前的 700 多万册，位居中国期刊发行前列。截至 2014 年底，期刊累计出版发行已超 16 亿册。

2010 年 8 月，获得中国台湾地区新闻主管部门核准，《读者》成为第一本在台湾地区发行的大陆期刊。

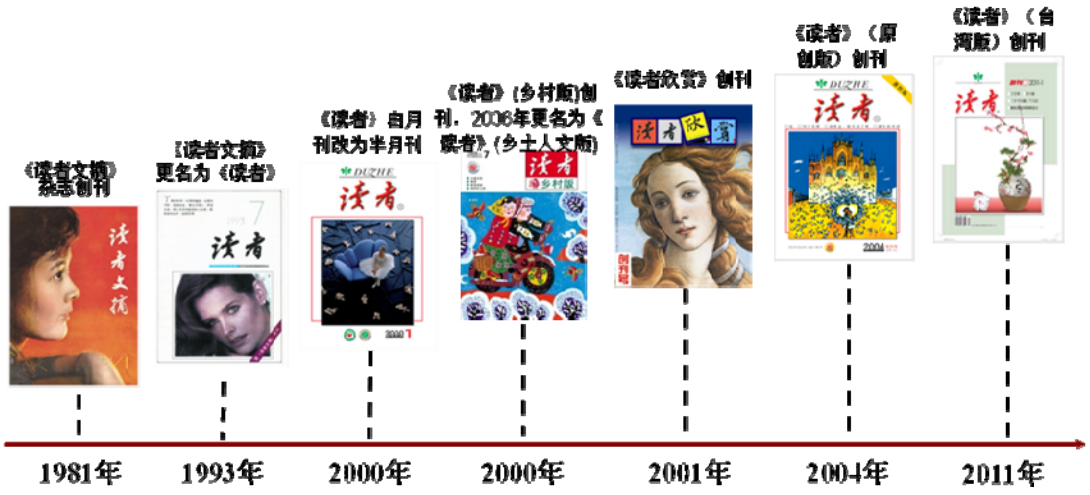
（3）《读者》获奖情况

1999 年、2003 年和 2005 年，《读者》期刊蝉联三届国家期刊奖。2005 年中国出版政府奖设立，该奖项成为我国新闻出版领域的最高奖，每三年评选一次。2011 年第二届中国出版政府奖首次增设“期刊奖”，《读者》获得第二届中国

出版政府奖期刊奖。2001 年，《读者》被国家新闻出版总署认定为“双高”（高知名度、高学术水平）期刊。

（4）发行人刊群建设取得初步成效

发行人为了适应期刊发展趋势，率先在期刊领域探索期刊经营新模式，通过多年的努力，已经初步建立了以《读者》为核心的刊群：



发行人还形成了《飞碟探索》、《故事作文》、《老年博览》、《明周刊》和《漫品》等满足科技、漫画、青少儿阅读、老年人情感关怀等消费需求的期刊方阵，具体如下：

名称	创刊日期	宗旨
《读者》	1981 年 4 月	博采中外、荟萃精华、启迪思想、开阔眼界
《读者·乡土人文版》	2000 年 1 月	挖掘中华传统文化的乡土内涵、融乡情、亲情、感悟、旅食、民居、地理、地方人文和现实关注于一体，全方位展现乡土中国之美
《读者欣赏》	2001 年 10 月	打造中国人的美学读本
《读者·原创》	2004 年 9 月	同质化时代-更需要一片原创的天空
《读者·校园版》	2012 年 1 月	青春季的心灵读本
《读者·海外版》	2014 年 6 月	延续《读者》博采中外、荟萃精华、启迪思想、开阔眼界的风格，同时增加传统文化、历史、财经、艺术品鉴赏收藏方面的内容，满足不同人群的阅读需求
《故事作文》	1971 年创刊，1986 年更名	以经典儿童文学作品为引导，将阅读与写作相结合，在“开心阅读”和“快乐作文”旗帜倡导下，使“寓教于乐”成为现实
《飞碟探索》	1981 年 1 月	揭破 UFO 的神秘面纱，时刻以普及科学知识、弘扬科学精神

《老年博览》	1982 年创刊，2003 年更名	弘扬尊老爱老的传统美德、展示中老年人的情感世界和多彩的人生历程，礼赞中老年人的人生价值
《妈妈画刊》	1988 年 10 月	针对幼儿群体的刊物
《明周刊》	试刊	摆时事观点，讲新闻故事
《漫品》	试刊	针对成人群体的时政漫画类刊物

2、公司图书出版发行业务竞争地位

发行人图书出版发行业务坚持弘扬“敦煌文化”和传播地方民族特色文化，先后形成了一批具有示范效应的特色书籍，并取得了较好的社会和经济效益。

从 1990 年至今，公司共有 42 种图书获得全国和中央级奖励，在甘肃省文化出版市场和敦煌文化类图书市场具有较大影响力。

3、公司新媒体业务竞争地位

为顺应出版发行行业的发展趋势，发行人大力培育和发展新媒体业务。2010 年，“读者”电纸书项目正式启动，并成为国内期刊电子阅读器领先者； 2012 年底，“读者”手机上市销售，为读者阅读群体提供了新的阅读终端；《读者》手机报、《读者》APP 客户端等移动终端阅读产品均已上线运营，客户群体快速增长，成为公司拓展阅读群体的新发展方向和重点培育领域。

（二）主要业务的市场占有率及其变化情况

1、期刊出版发行业务

我国期刊的出版与发行主要集中于东部地区，区域发展不均衡。全国期刊印数上亿册的省市有 8 个，分别是广东、湖北、上海、辽宁、山东、湖南、河南、甘肃，其中前 5 位的省份总印数占全国的 1/3。

《读者》是全国最具影响力的期刊之一，其单刊期销量位列全国同类期刊出版物市场首位。

根据中国期刊年鉴公布的统计数据，2012 年，《读者》、《知音》和《特别关注》三刊的平均销量都在 8 份每摊以上，其后的文摘类期刊的平均销量呈阶梯型，各刊之间的平均销量相差不大，平均在 6 份以下，但与前三名期刊的的平均销量有一定差距。从零售市场格局来讲，《读者》、《知音》和《特别关注》三刊的市场份额都超过了 15%，其他期刊的零售市场份额都在 12%以下。

2012 年文摘类期刊全国 13 城市平均销量、市场份额、覆盖率对比

期刊名称	平均销量（份/摊）	市场份额（%）	覆盖率（%）
《知音·普通版》	8.79	17.24	82.59
《特别关注》	8.55	16.77	79.47
《读者》	8.00	15.68	80.53
《意林》	5.73	11.23	78.23
《家庭》	4.20	8.24	78.36
《格言》	3.91	7.66	76.61
《青年文摘》	3.00	5.87	70.84
《益寿文摘》	2.56	5.02	69.74
《海外文摘》	1.81	3.55	68.95
《好日子》	1.73	3.39	69.56

数据来源：中国期刊年鉴（2013 年卷）

2、教材出版发行业务

发行人是甘肃省中小学义务教育教材及高中阶段教材主要出版印制代理单位，是人教版中小学教材在甘肃地区的最大代理单位。发行人与人民教育出版社、华东师范大学出版社和中国地图出版社签订了租型代理协议，代理其教材品种在甘肃省内的出版和印制。

3、一般图书出版发行业务

发行人图书出版业务主要以西部区域文化特色为主要选题方向，在甘肃省文化出版市场和敦煌文化类图书市场具有较强影响力。

4、广告业务

发行人在广告业务方面主要依靠《读者》及其刊群和子公司旺财传媒，公司 2014 年实现广告收入 52,53.01 万元，其中《读者》期刊广告收入为 2,169.16 万元，占公司广告业务收入的 41.29%。

（三）主要竞争对手

发行人的竞争对手主要集中在期刊的出版发行领域，主要竞争对手为全国各出版社（集团）和专业期刊出版社（集团）。

1、中国青年出版总社

《青年文摘》杂志创刊于 1981 年，是共青团中央主管、中国青年出版总社主办、中国发行量最大的青年杂志之一。其阅读群体主要是高中生、大学生和初入社会参加工作的年轻人。

2、意林传媒集团

《意林》杂志创刊于 2003 年，倡导积极健康的思想理念，关注现实生活，贴近现代人内心世界，弘扬博爱宽容的为人处世之道，表现人与人之间最真实的情感接触，是目前最有影响力的励志杂志之一。

3、湖北日报报业集团

其出版的《特别关注》创刊于 2000 年，是国内第一本以中年男性为主要读者对象的刊物。它“立足于中年男士这个独特的人群”，提出“激扬人生智慧，抚慰读者心灵”的办刊理念，注重对现实世界的探讨，不回避竞争，不回避矛盾。

4、海外文摘杂志社

《海外文摘》创刊于 1984 年，原名《台港与海外文摘》，1986 年改名为《海外文摘》。该杂志是一本贴近生活、透视海外的综合性中文月刊。以传播知识、开阔眼界、陶冶情操为宗旨，专门介绍国外以及台湾、香港、澳门的社会万象和风土人情。

5、湖北知音传媒股份有限公司

《知音》杂志创刊于 1985 年，是全国十大名牌杂志之一。《知音》率先在中国期刊界推出了具有哲学理念的“人情美、人性美”办刊宗旨，力求把最新颖、最真实、最动人的人生故事奉献给广大读者，通过平凡故事揭示生活哲理和人生真谛，用真情和爱心拨动读者的心弦。

6、家庭期刊集团有限公司

《家庭》创刊于 1982 年，主要以婚姻家庭为主的生活类期刊领导品牌，是全国十大名牌杂志之一。家庭期刊集团有限公司是全国重点扶优扶强的文化集团。

7、上海文艺出版集团

其出版的《故事会》创刊于 1963 年，是中国最通俗的民间文学小开本杂志，办刊时间长，是中国的老牌刊物之一。

8、中国剪报社

其出版的《特别文摘》改刊于 2006 年，是一本以中青年读者为主要对象的综合性文摘类月刊，《特别文摘》在文学鉴赏方面为读者开辟了新的视野，以它独特的魅力和真诚吸引了广大读者。

（四）公司竞争优势

详细内容请参见本招股说明书第二节“一、（四）公司竞争优势”。

（五）公司竞争劣势

公司是以期刊出版为主、图书出版为支撑的综合性出版单位，受到区域因素及地方经济发展水平的限制，公司综合规模不大、市场综合竞争能力亟待提升。

在打造全媒体经营模式的过程中，对公司期刊、图书的选题、内容策划、数字化及营销网络建设等方面均提出更高的要求，管理水平的同步提升成为公司进一步发展的关键要素。

由于融资渠道单一，公司通过资本市场实现跨越式发展的进程有所停滞。面对文化产业大发展、大繁荣的历史机遇，公司亟需加强直接融资能力与资本运营实力，进而提升公司的管理水平与出版策划能力，完善营销网络与布局的综合经营能力，最终实现公司的全媒体运营。

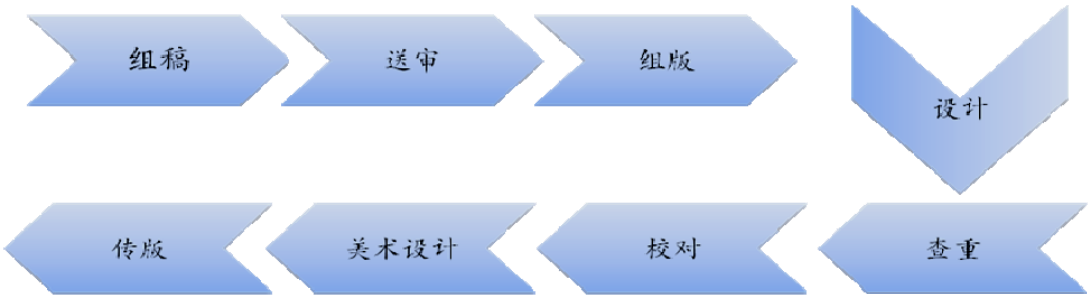
四、主营业务具体情况

（一）主要产品（服务）的用途

本公司主要的产品为期刊和图书出版物，其主要用途为向消费者提供承载着一定信息知识、能够进行复制并向公众传播的阅读产品。

（二）出版业务流程

1、期刊出版业务流程



主要环节说明如下：

（1）组稿

由编辑部审读来稿和纸稿，选取适合发表的稿件；向作者约稿或自行采写稿件。

（2）送审

由编辑部分别向主任和主编提交稿件进行复审和决审，并提出复审和决审意见。

（3）组版、设计

由编辑部编辑制作文字制作版样，并将稿件交送至美编。

（4）查重、校对、美术设计

确保文本内容质量和结构符合出版标准，如发现问题则再次进行修改。

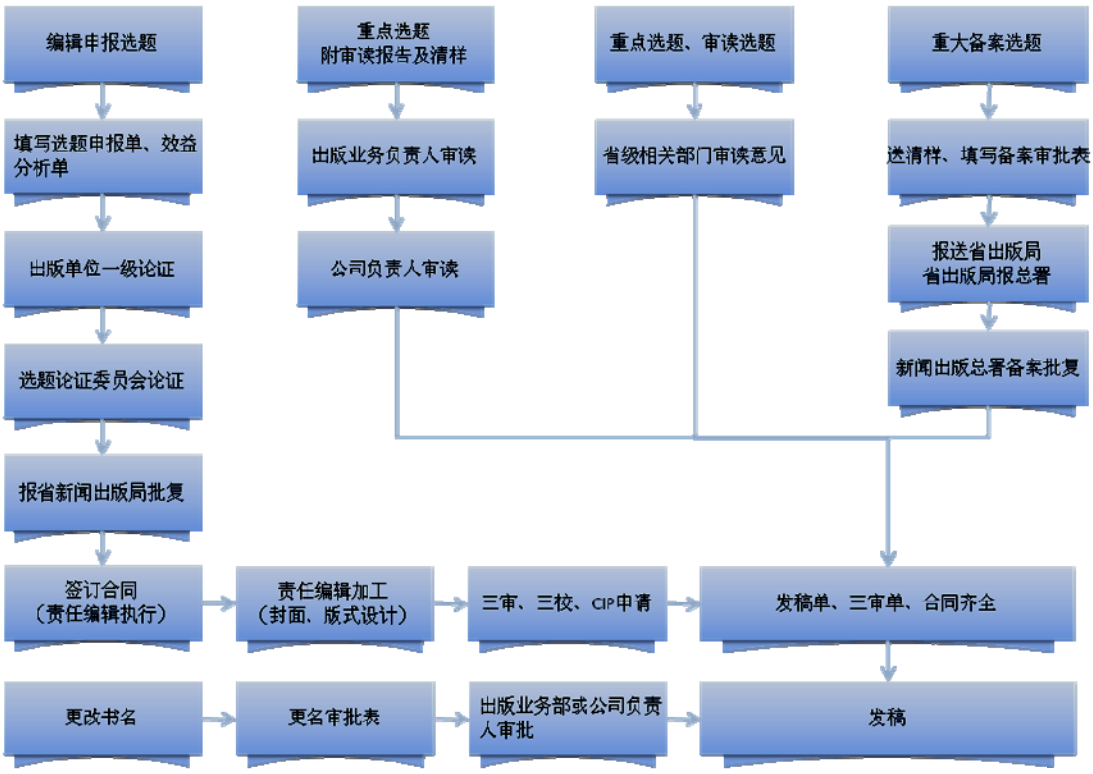
（5）传版

向印刷厂传送 PDF 格式文件，并组织印刷。

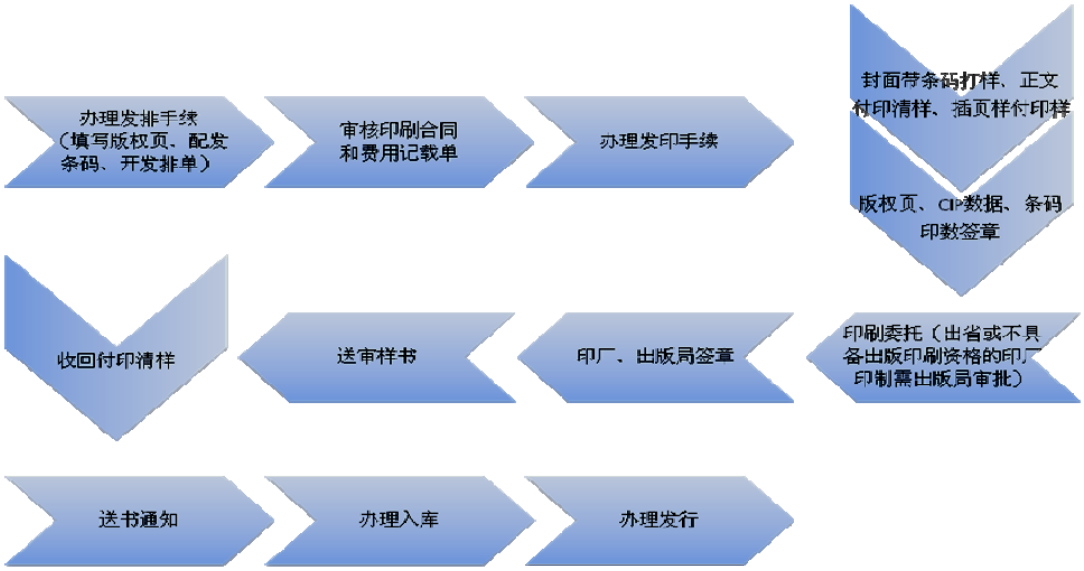
2、一般图书出版业务流程

本公司一般图书出版业务流程，主要分为发稿流程和发印流程，具体流程如下：

发稿流程：



发印流程：



主要环节说明如下：

（1）一般图书选题

公司新版、再版、重印图书（不含教辅材料）选题实行二级论证制度。一级论证主要对政治导向、学术价值、内容质量、市场情况等进行全面分析；二级论

证主要是依据出版法律法规、党和国家政策、出版目标对选题的政治导向、内容质量、结构等进行论证。

（2）上报选题

公司向省新闻出版局提交论证会纪要并上报选题计划，经省新闻出版局批复同意，选题方视为正式列入计划。

（3）签订合同

编辑部及时与作者签订出版合同，明确约定双方的权利和义务，以保证稿件顺利出版和依法保障双方的合法权益。

（4）初审、复审、终审

初审主要由编辑部对稿件的政治导向、思想倾向、社会价值、科学价值、文化艺术价值和稿件的具体内容、体例、文字、形式等进行全面的审查，对稿件的优缺点进行分析，进而对稿件的质量作出评价。

复审主要由正、副编审职称的人员在通读全部稿件的同时对初审者加工稿件的评价作判断，对初审者留下的问题予以解决。

终审由具有正、副编审职称的社长或总编辑负责把握政治导向和思想倾向，并签署终审意见。

（5）CIP

向国家新闻出版主管部门申请图书出版编目数据，并申领书号。

（6）一校、二校、三校

图书的校对有一校、二校、三校，简称“三校”，其中一校是排版后的稿件与原稿进行核对；二校是对一校退改之后的一校稿件和原稿核对；三校是对二校退改之后的稿件再次校对。

（7）发排

印制人员根据登记的图书相关信息，审核印制单位资质，向承印单位或责任编辑提供图书的版权内容、CIP 数据、条码等信息，并提交排印部门排版。

（8）发印

图书办理完发印手续后即进入印制程序，其书刊开本、成品尺寸、正文页码、插页页码、印装要求、定价、印数均不能改动，成品书需符合发印单规定的各项要求。

（9）入库

将印制完毕的样书进行样本审查，其审查内容将录入电脑数据库，审查完毕后方可办理发行入库手续。

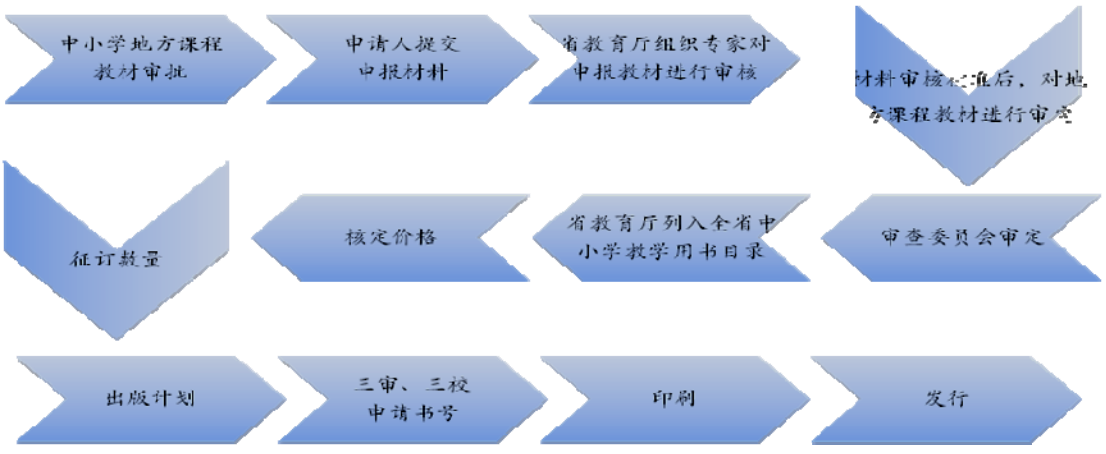
3、中小学教材、教辅出版流程

中小学教材包括国家教育部和甘肃省教委《中小学教学用书目录》中所列的学生课本和教师用书。教辅材料是供中小学生使用的各种辅导用书。

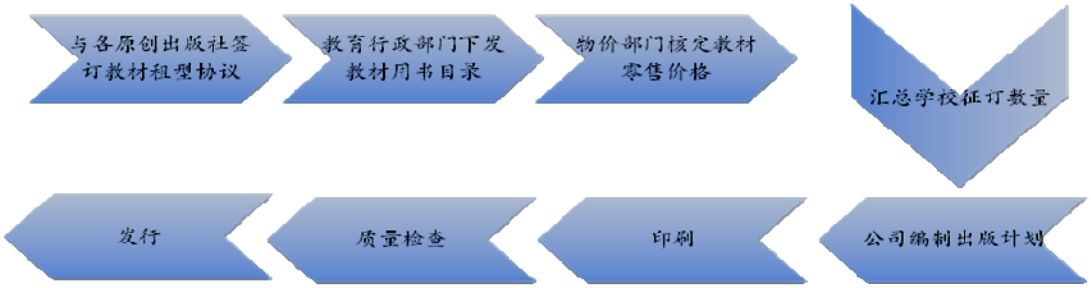
公司教辅材料的出版流程仅在一般图书出版流程中的“编辑”环节增加了需由甘肃省教育厅审定的中小学学前用书和教辅用书品种，其出版流程和一般图书出版流程基本相似，以下主要说明教材的出版流程。

公司教材的出版主要分为“本版教材”和“租型教材”的出版。“本版教材”是指本公司根据国家教育部和甘肃省教委确定的教学用书目录，由本公司自行组织编写且拥有出版权的教材出版物；“租型教材”是教材原创单位将印制教材的型版交给本公司，由本公司组织印刷、订货、发行的教材出版物。

本版教材出版流程：



租型教材出版流程：



（三）出版业务经营模式

1、期刊出版业务的经营模式

（1）采购模式

公司期刊出版采购模式主要为纸张、出版内容和印刷服务采购。

纸张采购：主刊《读者》采取招标统一采购后销售给各承印点，其他期刊委托印刷企业代为采购。

期刊出版内容采购：公司在期刊内容采购方面坚持实行公司首创的“一稿三酬”方式，即分别向著作权人、供稿人及首次刊载单位支付稿酬。

期刊印刷服务采购：公司下属各期刊出版社通过期刊的发行范围，自主选择印刷单位作为期刊分印点统一组织印刷。

（2）生产模式

公司期刊出版物的主要生产环节为组稿、编辑加工等，由公司下属期刊杂志社组织实施。

2、教材出版业务经营模式

（1）采购模式

公司在中小学每学期开学前，根据教育行政部门确定的教材品种、数量，再行确定本版教材和租型教材出版方式和种类，本版教材由公司直接组织印刷、发行；租型教材需要向租型单位采购型版后再行组织印刷、发行。

公司教材出版印刷用纸量较大，对纸张质量要求较高，为此公司专门组织成立教材用纸采购招标小组，采用竞争性谈判的方式对外招标，竞标供应商中标后，由教材出版中心和出版业务部负责实施采购。

（2）生产模式

本版教材的选题、申报、论证、组稿、编辑、发印等出版工作和租型教材的发印工作由公司教材出版中心组织实施。

公司教材的印量较大，公司根据《甘肃省新闻出版局关于 2010 年印刷企业年度检验情况的通报》所列印刷企业选择印刷单位，委托其完成印刷工作。

3、一般图书（含教辅）出版业务的经营模式

（1）采购模式

公司一般图书出版业务采购主要为图书出版内容采购、纸张采购和印刷服务采购。

内容采购：向著作权人采购符合公司出版选题的稿件。

纸张采购：各用纸单位直接向造纸企业进行采购或委托印刷企业代为采购。

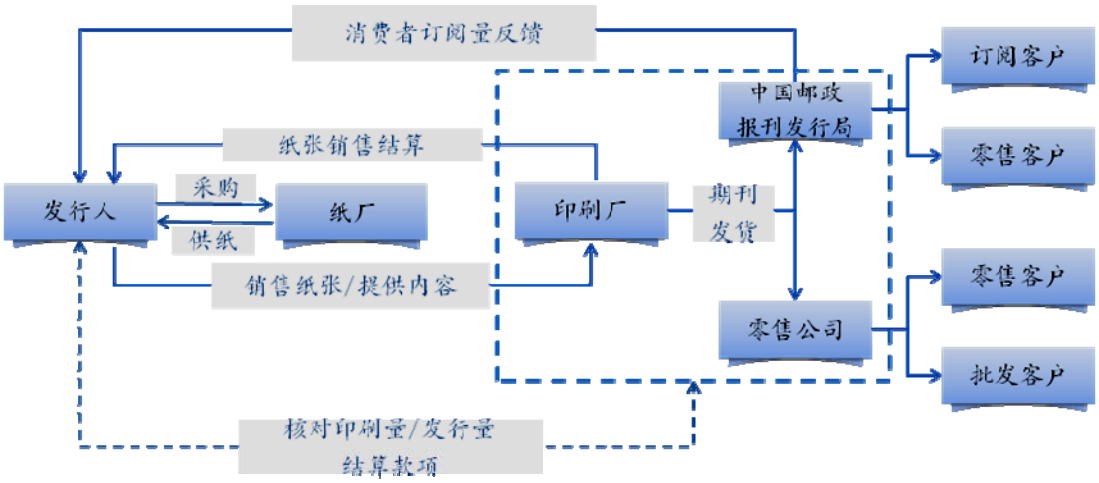
印刷服务采购：各出版单位根据出版物类型、印数大小，结合印刷企业的行业资信、印刷质量、价格、售后服务等进行综合评价，在评价的基础上汇总符合标准的印刷企业名单上报主管领导审批，待审批完成后组织印刷。

（2）生产模式

公司一般图书生产模式由公司下属各出版单位根据出版物的类型组织选题、申报、论证、组稿、编辑、发印等出版工作，由选定的印刷企业完成印刷。

（四）发行业务流程

1、期刊发行流程



期刊发行主要环节说明如下：

（1）发行人向印刷厂提供当期印刷内容。

（2）《读者》主刊：发行人依据邮政报刊发行局及其他渠道商提供的要货数量决定当期的印刷数量。其他期刊：发行人依据上月的订阅数量和零售实际销售量，确定下月的期刊印刷数量。

（3）印刷厂依据发行人要求的期刊印刷数量组织生产并向客户交货。

（4）消费者订阅刊物由发行商直接向消费者登记住所投递；零售和批发刊物通过各渠道进行配送销售。

期刊发行财务结算主要环节说明如下：

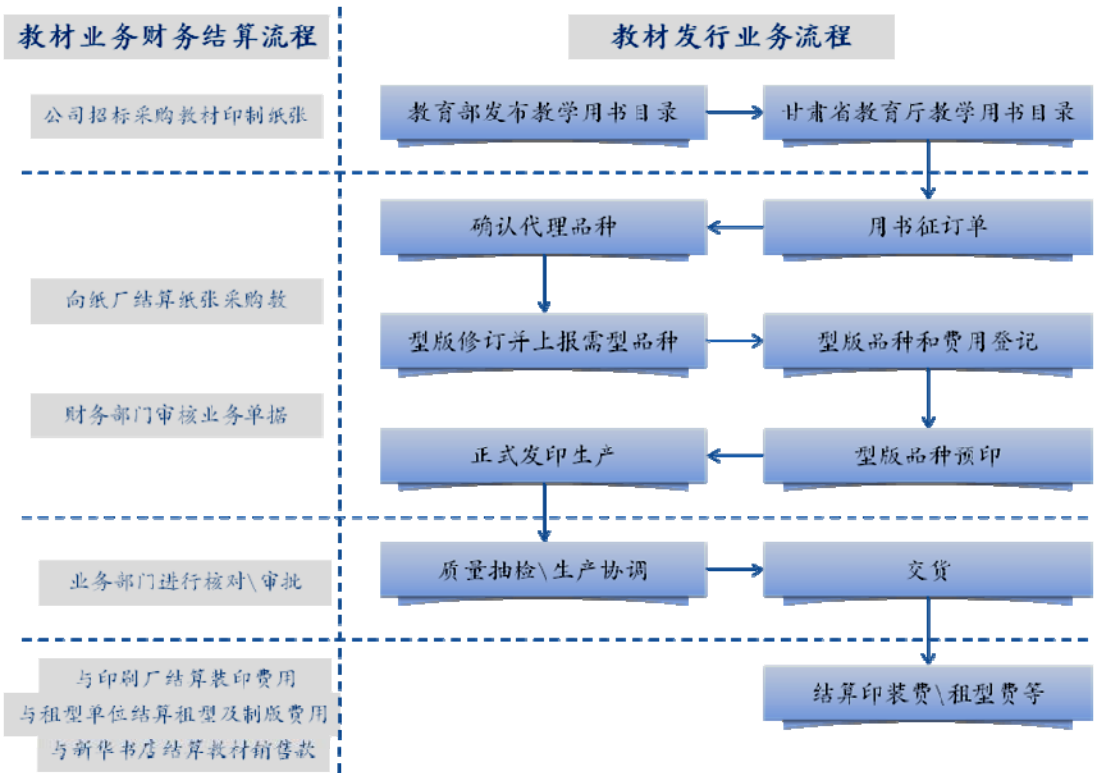
（1）公司通过招标方式向纸厂采购期刊用纸销售给印厂。

（2）公司财务部门根据印厂提供并经业务部门复核的结算单（内容包括当期印刷数量、送货数量、收货单位等）进行相应的账务处理，归集期刊生产成本。

（3）财务部门按月统计印厂提供的经客户确认的收货单，确认销售收入。

（4）财务部门依据审核后的结算单与印厂及客户进行资金结算。

2、教材发行流程



教材发行主要环节说明如下：

（1）公司根据教育部办公厅发布的当年中小学教学用书目录，由甘肃省教育厅编写适合当地使用的教学用书书目，并由甘肃省教育厅通过文件形式下发至甘肃省新华书店，由甘肃省新华书店编写用书征订单，并下发至新华书店县级店进行印数征订。

（2）本公司与甘肃省新华书店确认当季教材出版代理品种。

（3）公司根据下属出版社提供的教材供型目录，确定当季型版的修订情况，并上报本季教材需要租型的教材品种。

（4）本季教材出版所需型版到公司后，进行租型品种和租型费用的登记。

（5）由于教材印刷量较大，公司与新华书店进行协商，将部分教材品种进行预先印刷。

（6）公司收到甘肃省新华书店正式报数后，正式开始发印生产。

（7）公司在生产期间进行质量抽检、生产协调、进度督促等监督管理工作。

（8）按照甘肃省新华书店要求的交货时间，待生产完毕后，由印刷厂交货至省新华书店储运部，保证做到“课前到书、人手一册”。

（9）公司按照与印刷厂签订的印制协议，在规定时间内向生产厂家足额结算印装费。

（10）公司按照与教材型版单位签订的代理协议，在规定时间内，向租型单位结算租型费、版型工本费等相关费用。

教材业务财务结算主要环节说明如下：

（1）公司下属单位根据上年印制教材纸张用量制定本年纸张采购计划，招标后，进行纸张采购进货，验收入库，准备进入印制生产环节。

（2）按与纸厂签订的采购合同，在规定时间内与厂家进行结算纸张采购款。

（3）公司财务部责任会计根据业务部门提供的与各供应商（纸厂、印厂、租型单位）签订的合同、结算发票及相应业务单据按财务制度及要求进行严格审查。

（4）财务部门审核后，业务经办人员按合同付款审批权限逐层审批，待审批完成后转至财务部门再向相应供应商进行付款。

（5）财务部门进行相应的账务处理，归集教材生产成本。

（6）教材印制完成后，业务人员根据每季教材送书单与甘肃省新华书店进行统一结算，财务部门审核完成后进行开票及后续核算收款工作。

3、一般图书（含教辅）发行流程

公司一般图书发行流程主要以委托发行为主，具体委托发行业务流程如下：

主要环节说明如下：

（1）了解目标市场的区域状态，了解市场中消费者对哪类图书的需求比较旺盛，并调查了解区域内图书销售情况及竞争情况，收集区域市场政策及出版信息等。

（2）根据市场调研结果，对目标区域形成发展规划和发展方案。

（3）通过电话、拜访、问询等方式进一步对市场进行考察，深入了解区域发行市场中图书经销商的经营状态、主销品种以及网点布局等信息。

（4）归纳区域经销商的经营理念、管理思想、经营规模、图书品种特色及管理水平等。对具有区域竞争优势的经销商通过谈判促成合作，达成合作意向；对尚未形成图书市场的区域自主建立销售网络，拓展区域销售客户群体。

（5）公司与经销商签订代销合作协议并组织配货，将配好后的图书发送至经销商处。

（6）货物发出后，公司对货物进行跟踪，使货物及时到经销商处，并核对数量。

（7）公司货款结算采用实销实结、按单结算、按批结算三种方式。

（8）对经销商的发货、销售、回款、下游网点等进行实地考察，同时针对公司图书品种有针对性的开发新客户，进一步提高市场占有率，增加销售机率，提高公司知名度。

（9）公司及时对清图书库存品种、数量；定期盘库及时更新数据；财务，库管，库房三方对清账目，索要签收凭证，保证账实相符。

（五）发行业务经营模式

本公司图书和期刊发行业务经营模式分为自办发行业务和委托发行业务两种方式。

1、期刊发行业务经营模式

（1）《读者》发行业务经营模式

《读者》主要委托全国邮政报刊发行局在全国范围内发行。具体发行方式为公司委托邮政各发报刊局和零售公司以订阅、零售方式办理《读者》的发行，零售方式包括自营零售和批发销售两种形式。

《读者》采用分印结合分发的出版发行模式。遍布全国的 20 个分印点对应 25 个省级邮政主发渠道，形成覆盖全国的分发网络。

《读者》的“分印结合分发”发行模式是建立在《读者》品牌影响力大、销售规模大、公司与邮局、印厂三方长期合作基础上的。印厂与当地邮局合作关系紧密，承担《读者》的运输、收款代理责任，能保证期刊出版发行业务流程及资金循环的顺畅；同时，就近投放降低了运输成本并提高了运营效率。《读者》的每个分印（分发）点都保持有十万册以上的销售量，发行规模以及读者传媒与邮局良好的信誉保证了各分印（分发）点的基本利益。近十年的三方合作表明，《读者》的这种分印结合分发的运营模式保障了期刊就近及时投放、资金安全快速回收，并有效降低了公司的相关运营成本，形成了公司与分印、分发点共赢的局面。

（2）《读者》在中国台湾、香港和澳门地区的发行业务经营模式

中国台湾地区版《读者》是第一本进入中国台湾地区发行市场的大陆期刊。中国台湾地区的《读者》期刊发行业务由公司委托在中国台北注册的博商传播事业有限公司作为《读者》期刊在中国台湾地区的发行总代理，组织实施排版、设计、印刷、发行业务。

2011 年 1 月 1 日起，繁体字月刊《读者》台湾版正式在台湾地区发行。《读者》台湾版内容精选当月两期《读者》的文章，每月 25 日出版，定价 80 新台币，在台湾金石堂书店、何嘉仁书店及部分便利店上架发售。

《读者》在中国香港、澳门的发行业务模式主要为委托在香港注册的香港新青年出版社代理《读者》期刊在香港、澳门地区的发行业务，尚处起步阶段。

（3）其他期刊出版物的发行业务经营模式

公司其他期刊出版物的发行主要采用委托发行模式。具体发行业务方式为“邮发”和省级代理相结合的发行方式，其中省级代理发行方式为公司在每个省份、直辖市选取 1~2 家代理商进行区域内代理发行；“邮发”方式为消费者在邮局订阅期刊出版物。

2、中小学教材发行业务经营模式

公司中小学教材的发行，由公司按照教育部和省级教育行政主管部门的规定组织出版印制工作，将印刷完成后的教材送发给政府指定的教材采购部门或各中小学校。公司负责承担教材业务中的出版、储备和结算工作。

3、一般图书（含教辅）发行业务经营模式

（1）自办发行

自办发行业务是由本公司各出版社作为总发行商，与全国各零售书店签订协议，约定以出版物码洋的一定折扣向零售书店提供出版物，并由公司各出版社将其出版的出版物组织运输至各零售书店，并按照协议约定，在规定时间范围内如有未售出的出版物，零售书店退回该部分图书。

（2）委托发行

委托发行是由公司各出版社选择发行渠道和发行商，并与发行商签订协议，由公司出版社将成品书组织发往各发行商，再由各发行商发送至各销售网络进行销售。

（3）订货会

公司所属各图书出版社每年定期参加国内主要图书订货活动。根据公司提供的图书目录由客户根据实际需要自主选择图书需要量签订订货合同后，由公司按照合同签订内容组织图书品种及数量按时发货。

4、销售配送模式

公司图书和期刊销售配送主要有：公司自行配送、印刷服务提供商直接送货给客户及物流公司配送等三种方式。

（六）广告业务经营模式

1、广告业务经营流程

2、广告业务经营模式

（1）公司根据广告客户需求开展广告刊载业务，公司广告客户群体中主要以公司主动发掘广告客户需求为主，并建立起广告业务合作关系。

（2）确立广告业务后，公司将要求客户提供广告发布主体资格证明文件、预计广告画面编排方式、广告产品对外发布和销售的合法性证明文件等资料，由业务部门对广告客户进行资格审查。

（3）公司根据客户广告形象、投放数量、投放版位等因素与客户确定刊印执行价格和广告排期并签订广告刊载合同。

（4）公司根据广告客户的刊载期数要求客户进行广告款项支付。单期广告客户需在刊前支付全额广告费；二期及二期以上广告客户需在刊前支付不少于一期的广告费作为保证金。

（5）由客户提供拟刊登广告内容，公司组织专业人员对广告的文字、图片、版式进行校对，并传版至印刷厂打样。

（6）公司对广告样稿进行二校，校对完成后传版至印刷厂与当期刊物出版内容一并进行印刷发行。

（七）新媒体业务

1、信息数据业务模式

（1）互联网业务模式

公司通过“读者”网为用户提供免费的网页内容服务，并通过“读者”网实现与读者的交流互动、在线投稿、网上订阅等增值服务，以此建立公司的网络商务平台，加强公司品牌建设，吸引网络用户点击量及阅读、订阅量，吸引符合公司文化内涵的广告客户在网站上发布广告，促进网站增值业务和广告业务的增长。

（2）“读者”APP 和手机报业务模式

“读者”APP 手机报是公司与移动通信运营商联合出品的增值业务产品，是期刊在手机终端上的延伸。该业务主要收入为用户定制费用扣除运营商运营费用后的收入。

2、“读者”品牌移动阅读终端业务模式

“读者”品牌移动阅读终端包括“读者”电纸书、“读者”手机和“读者”平板电脑。“读者”品牌移动阅读终端是公司为拓展“读者”数字出版内容所定制、销售的数码产品，该产品预装公司《读者》合订数字内容及其他期刊读物，并为与即将上线运营的“读者云图书馆”相配套，扩展了发行人在新媒介领域的出版发行。

（八）主要产品产销情况

1、出版业务产销情况

（1）公司出版物品种

年份	产品种类	出版物总品种	新书品种（含再版书）	重印书品种
2014 年	报刊	13	—	—
	教材教辅	1,358	268	1,090
	一般图书	1,125	952	173
	合计	**2,496**	**1,220**	**1,263**
2013 年	报刊	13	—	—
	教材教辅	1,626	240	1,386
	一般图书	966	786	180
	合计	**2,605**	**1,026**	**1,566**
2012 年	期刊	12	—	—
	教材教辅	1,084	210	874
	一般图书	1,251	876	375
	合计	**2,347**	**1,086**	**1,249**

（2）报告期内公司出版物销售、耗损与结转

①2012 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	9,274.41	3,924.92	3,515.67	710.98	17,425.97
其中：销售数量	9,131.35	3,924.92	3,515.67	710.98	17,282.92
耗损数量	143.06	-	-	-	143.06
结转金额	13,047.22	12,121.38	5,036.80	4,972.20	35,177.60
结转主营业务成本	13,036.54	12,121.38	5,025.34	4,812.58	34,995.84
转销跌价准备	10.67	-	11.46	159.62	181.76

②2013 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	9,246.88	3,653.57	3,398.71	643.46	16,942.62
其中：销售数量	8,978.44	3,653.57	3,398.71	643.46	16,674.18
耗损数量	268.44	-	-	-	268.44
结转金额	12,943.19	11,474.71	7,632.58	4,698.97	36,749.44
结转主营业务成本	12,883.45	11,474.71	7,611.03	4,449.14	36,418.33
转销跌价准备	59.74	-	21.54	249.83	331.11

③2014 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	8,687.58	3,496.01	3,768.65	519.13	16,471.37
其中：销售数量	8,431.11	3,496.01	3,768.65	519.13	16,214.90
耗损数量	256.47	-	-	-	256.47
结转金额	12,143.85	11,033.43	6,364.44	4,282.98	33,824.70
结转主营业务成本	12,068.76	11,033.43	6,342.51	4,073.56	33,518.26
转销跌价准备	75.09	-	21.93	209.42	306.43

（3）公司出版物销售区域分布与主营业务收入占比情况

①公司期刊销售区域分布情况

地区	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
华北	2,427.70	4.26	2,655.02	3.92	3,155.72	5.36
东北	1,846.06	3.24	1,947.53	2.88	1,290.56	2.19
华东	6,609.03	11.59	6,052.47	8.94	7,816.39	13.27
中南	3,906.78	6.85	3,551.93	5.24	4,066.61	6.91
西南	1,515.88	2.66	1,626.81	2.40	2,077.84	3.53
西北	2,895.81	5.08	4,965.93	7.33	2,633.98	4.47
台湾地区	23.46	0.04	7.23	0.01	33.92	0.06
合计	**19,224.72**	**33.72**	**20,806.92**	**30.72**	**21,075.02**	**35.79**

②公司图书（含教材教辅）销售区域分布情况

地区	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
华北	1288.89	2.26	332.94	0.49	343.72	0.58
东北	102.53	0.18	30.33	0.04	122.56	0.21
华东	3,212.40	5.63	2,269.00	3.35	666.50	1.13
中南	6,217.97	10.91	1,439.77	2.13	1,278.46	2.17
西南	17.02	0.03	20.16	0.03	36.33	0.06
西北	18,424.00	32.31	27,555.03	40.69	28,024.11	47.59
合计	**29,262.82**	**51.32**	**31,641.23**	**46.73**	**30,471.68**	**51.75**

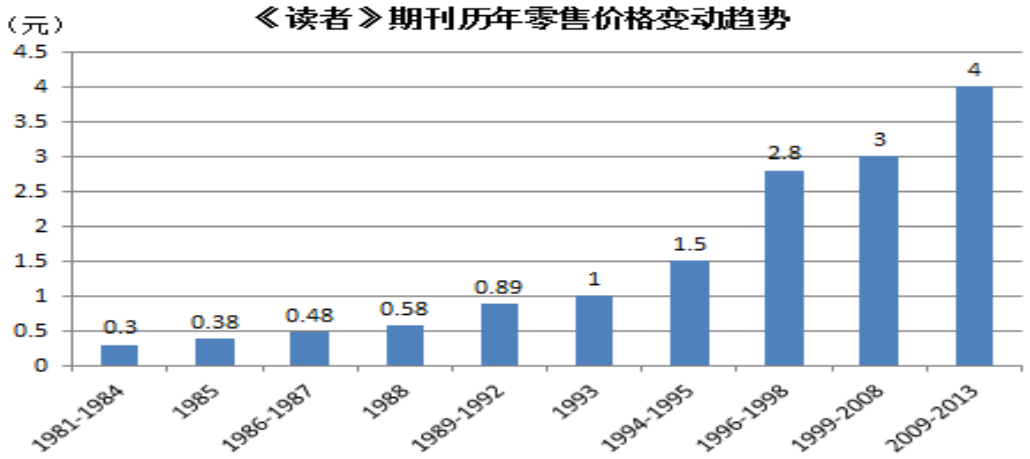
（4）报告期内公司新媒体业务销售情况

业务项目	2014 年			2013 年			2012 年		
	数量（台）	金额（万元）	占营业收入比（%）	数量（台）	金额（万元）	占营业收入比（%）	数量（台）	金额（万元）	占营业收入比（%）
“读者”品牌数码产品	2,915	180.68	0.24%	4,696	353.93	0.41%	7,330	630.65	0.84%
信息数据业务	—	311.3	0.41%	—	329.17	0.38%	—	7.91	0.01%
合计	**2,915**	**491.98**	**0.65%**	**4,696**	**683.1**	**0.78%**	**7,330**	**638.56**	**0.85%**

2、主要产品价格变动情况

（1）《读者》

公司主刊《读者》始终坚持优质低价的产品定价策略，《读者》期刊自创刊以来价格变动趋势如下：



（2）教材

由于教材属于特殊的图书产品，其定价受到了政府的严格监管。公司出版发行的中小学教材零售价格由甘肃省级人民政府价格主管部门会同新闻出版行政部门根据国家规定的印张指导价和教材的印张数量、封面价格、插页价格以及出版发行环节的增值税确定。

3、消费群体

公司图书、期刊的出版、发行业务最终消费者均为读者。其中，期刊和一般图书主要面向社会大众群体及公共阅读场所；教材教辅主要面向中小学校的学生和教师。

4、出版物销售定价情况

（1）期刊销售定价

公司期刊的出版价格主要依据纸张、印刷、发行、采编和管理等方面的成本综合确定。

①《读者》的销售定价

公司《读者》的发行价格近来年一直稳定在 4 元/本，从 2015 年第一期起提高至 6 元/本，发行价格的确定主要依据《读者》期刊的出版成本并结合受众群体的消费水平综合确定。

②其他期刊的销售定价

公司其他期刊的发行定价根据期刊的发行方式和发行渠道按照码洋价格确定或在码洋价格基础上给予一定折扣比例确定。

（2）一般图书及教辅材料销售定价

公司一般图书及教辅材料的价格由出版成本和市场需求状况确定，影响价格确定的主要因素有纸张选择、开本大小、印制级别、销售方式等，公司一般图书及教辅材料的实际销售价格通常为码洋价格的一定折扣比例。

（3）中小学教材销售定价情况

公司对中小学教材价格的确定主要取决于以下几个方面：①国家发改委、新闻出版总署（发改价格[2006]816 号）文件及甘肃省物价局、甘肃省新闻出版局（甘价商[2006]162 号）文件的相关规定。②公司按照国家对教材用纸规格、开本、封面加工工艺等方面的严格要求，组织印刷并核算后，向甘肃省物价局和新闻出版局申报教材定价，根据上述两部门审核批复的结果确定最终价格。

5、广告业务定价情况

公司广告业务主要为期刊刊载广告业务，该业务客户主要分为两类：一类是广告主，一类是广告代理公司。在具体业务开展中，公司依据客户广告投放数量、合作年限、客户品牌等因素，在广告刊例价格上给予一定的折扣。

公司《读者》期刊广告刊例定价情况如下：

单位：元/年

版位	封二、同封二、前插	中插	后插	封三、同封三	封底
定价	300,000.00	300,000.00	250,000.00	280,000.00	360,000.00
规格	整版彩页 186*260mm				186*248mm

6、主要客户情况

公司图书、期刊出版发行业务的主要客户为中国邮政集团公司下属各报刊发行局、甘肃省新华书店、纸张生产企业和各印刷厂。公司前五大客户销售情况：

年度	序号	客户名称	销售额（元）	交易内容	占比（%）
2014年	1	甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司[注2]	174,994,296.22	教材、教辅	23.05
	2	湖南新时代财富投资实业有限公司	53,164,957.26	纸浆	7.00
	3	湖北长江出版印刷物资有限公司	19,139,659.83	纸浆	2.52
	4	甘肃省报刊发行局	16,769,278.94	期刊	2.21
	5	上海靓讯工贸有限公司	14,584,615.38	电子产品	1.92
	合计		**278,652,807.63**		**36.71**
2013年	1	甘肃飞天传媒股份有限公司[注1]	213,569,873.57	教材、教辅	24.50
	2	湖北长江出版印刷物资有限公司	51,609,162.38	纸浆	5.92
	3	上海靓讯工贸有限公司	48,443,589.70	电子产品	5.56
	4	上海纽合朴网络技术有限公司	35,072,136.65	电子产品	4.02
	5	江苏报刊零售公司	19,896,691.12	期刊	2.28
	合计		**368,591,453.42**		**42.28**
2012年	1	甘肃省新华书店集团有限责任公司	209,611,145.22	教材、教辅	28.02
	2	岳阳林纸股份有限公司	28,857,422.96	纸浆	3.86
	3	江苏省报刊发行局	18,247,467.51	期刊	2.44
	4	东营华泰清河实业有限公司	16,912,687.56	纸浆、玉米淀粉	2.26
	5	中冶美利纸业股份有限公司	16,618,048.00	纸浆	2.22
	合计		**290,246,771.25**		**38.80**

注 1：甘肃新华书店集团有限责任公司 2013 年更名为甘肃飞天传媒股份有限公司。

注 2：甘肃飞天传媒股份有限公司 2014 年更名为甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司。

公司 2014 年、2013 年及 2012 年，前五大客户的销售额占本公司营业收入的比重分别为 36.71%、42.28%及 38.80%，不存在向单个客户的销售收入比例超过营业收入 50%的情况。

2012 年、2013 年和 2014 年，发行人第一大客户均为甘肃省新华书店集团有限责任公司。教材是发行人重要的收入来源，甘肃省新华书店作为省内教材发行的唯一机构，公司出版的教材通过甘肃省新华书店统一发行。此外，被列入政府招标采购目录的教辅图书也通过新华书店统一发行。

公司报告期内前五名客户中有部分贸易类客户，因公司材料销售和数码产品贸易的客户不稳定，主要客户和销售金额波动较大。

报告期内，发行人前五名主要销售客户以及销售金额波动较大，主要是公司材料销售和数码产品贸易波动引起的，扣除贸易交易之外，发行人报告期内前五大销售客户保持稳定，具体情况如下：

年度	序号	客户名称	销售额（元）	交易内容	占比（%）
2014年	1	甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司	174,994,296.22	教材、教辅	23.05
	2	甘肃省报刊发行局	16,769,278.94	期刊	2.21
	3	江苏省报刊发行局	14,297,307.55	期刊	1.88
	4	甘肃新天地文化发展有限公司	13,399,513.27	教辅	1.77
	5	广东省报刊发行局	12,369,850.45	期刊	1.63
	合计		**231,830,246.43**	**—**	**30.54**
2013年	1	甘肃飞天传媒股份有限公司	213,569,873.57	教材、教辅	24.50
	2	江苏省报刊零售公司	19,896,691.12	期刊	2.28
	3	广东省报刊发行局	17,355,626.53	期刊	1.99
	4	甘肃省报刊发行局	14,490,733.96	期刊	1.66
	5	广州开心图书发行有限公司	14,218,507.08	教辅	1.63
	合计		**279,531,432.26**	**—**	**32.07**
2012年	1	甘肃省新华书店集团有限责任公司	209,611,145.22	教材、教辅	28.02
	2	江苏省报刊发行局	18,247,467.51	期刊	2.44
	3	广东省报刊发行局	16,542,881.29	期刊	2.21

	4	兰州市邮政局图书报刊零售销售总公司	12,580,648.18	期刊	1.68
	5	浙江省报刊发行局	12,538,761.70	期刊	1.68
	合计		**269,520,903.90**	**—**	**36.03**

从上表可以看出，报告期内发行人主要客户为甘肃省新华书店和中国邮政总公司下属各省级邮政公司，主要销售内容为教材、教辅和期刊，主要客户未发生较大变动。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东未在上述客户中占有权益。

7、发行人出版物销售渠道分析

（1）期刊业务和一般图书（含教辅）渠道商的选择条件、合作情况、退换货情况

①发行人期刊业务渠道商的选择条件及退换货情况

发行人《读者》主刊主要由中国邮政集团报刊发行局总发行，各省市邮政报刊发行局和邮政零售公司负责本地区的发行业务。自《读者》主刊创刊后，一直依托邮政渠道发行。邮政渠道覆盖全国，拥有最大的发行网络，且回款有保障。《读者》邮政渠道包括订阅及零售商包销（通过邮局批发），零售商为保证期刊全部销售，在确定包销数量时较为保守，并根据上期销量确定下期包销数量，能保证完成销售。为促进销售，发行人通过邮局对零售商给予少量的代销数量，代销数量实际控制在总印量的3%以内，若某一地区实际销售数量低于代销数量的50%时，将调整降低代销的册数。发行人对代销册数进行持续的动态管理，报告期内《读者》销售情况良好，代销部分的实际销售率较高。由于期刊的退货成本高于期刊可变现价值，确定《读者》当期少量退货数量（零售商将未销售的期刊版权页撕下寄给发行人）后，发行人将退货期刊作为损耗处理，并结转该部分当期销售成本，报告期内发行人《读者》没有形成实际退货。同时，发行人收到邮局实际销售量后确认销售收入，因此少量退货不影响发行人的收入确认。《读者》换货由印刷单位负责，由于《读者》印刷质量较高，换货少。

发行人其他期刊以邮政渠道及渠道商包销或代理发行为主，通过邮局发行方

式与《读者》一致。渠道商选择的是有多年杂志发行经验、能多开拓空白市场、付款记录好的民营书商。发行量较大的有深圳市中书出版发行事务有限公司、上海起凤文化传播有限公司、成都邮征天下信息技术有限公司、上海鸿锦文化传播有限公司、广州天瑞文化传播有限公司，天津华文天下图书有限公司、北京学友园中少报刊有限公司、北京紫城世纪图书有限公司、北京书中缘有限公司等。通过渠道商发行的退换货处理方式与《读者》基本一致，因发行人持续动态监控期刊代理发行情况，且渠道商具有多年发行经验，报告期内未出现大批量退货情形。

②公司一般图书渠道商的选择条件、合作情况和退换货情况

公司一般图书（含教辅）主要依托各省新华书店发行。公司一般图书其他发行商和零售书店的选择主要依据以下几个方面来衡量：首先，发行商和零售书店的年销售数额稳定且有所增长；其次，具备较好的回款能力且回款时间相对固定；第三，服务规范、诚信、账目清楚、对账及时；第四，所在地区经济相对发达，文化繁荣，人口众多，购买力强。满足以上条件的发行商和零售书店作为公司业务合作对象。

公司目前合作的一般图书发行商和零售书店，均有较长时间的合作基础，图书销售商基本稳定，业务合作模式符合公司各图书出版社的实际状况。公司报告期内一般图书退换货情况如下：

业务种类	2014 年			2013 年			2012 年		
	数量（册）	码洋（万元）	占比	数量（册）	码洋（万元）	占比	数量（册）	码洋（万元）	占比
一般图书	48,075	103.32	1.66%	147,695	351.00	6.06%	134,264	241.64	2.62%

报告期内，发行人图书铺货作为发出商品核算，待代销方实现销售并提供销售清单后确认销售收入，上述退换货大部分为发出商品中的图书退换货，未确认收入，与当期确认的图书销售收入无关。报告期内，发行人发生的确认销售收入后的图书退货并作红字冲销售收入账务处理的退换货明细如下：

单位：元

部门	时间	冲回收入金额	冲减税金金额
教育出版中心	2013.09.05	-175,880.52	-22,864.47
美术社	2013.10.23	-15,041.04	-1,955.34
合计		**-190,921.56**	**-24,819.81**

（2）期刊业务印刷厂分布、选择标准、合作情况，以及按收入规模划分大致的分类情况

①发行人期刊业务印刷分布及按单期印量划分的分类情况

发行人《读者》主刊印厂与对应的配送发行地区及按照单期印量规模分类情况见下表：

序号	印厂	发行地区	单期印量
1	兰州新华印刷厂	甘肃、陕西	20 万册以上
2	中闻集团南京印务有限公司	江苏	20 万册以上
3	北京凌奇印刷有限责任公司	北京、河北	20 万册以上
4	中闻集团武汉印务有限公司	湖北、湖南、江西	20 万册以上
5	三友印务（深圳）有限公司	广东	20 万册以上
6	深圳天之彩印刷有限公司	广东	20 万册以上
7	上海中华印刷有限公司	上海	15-20 万册
8	浙江新华数码印务有限公司	浙江	15-20 万册
9	四川新华彩色印务有限公司	四川	15-20 万册
10	河南新华印刷集团有限公司	河南	10-15 万册
11	中闻集团济南印务有限公司	山东	10-15 万册
12	安徽新华印刷股份有限公司	安徽	10-15 万册
13	贵州新华印务有限责任公司	贵州、重庆、云南	10-15 万册
14	黑龙江龙江传媒有限责任公司	黑龙江	10 万册以下
15	吉林省委印刷厂	吉林	10 万册以下
16	沈阳东北印刷厂	辽宁	10 万册以下
17	山西新华印业有限公司	山西	10 万册以下
18	中闻集团福州印务有限公司	福建	10 万册以下
19	广西民族印刷包装集团	广西	10 万册以下

20	北京盛通印刷股份有限公司	天津	10 万册以下

注：三友印务（深圳）有限公司负责《读者》单数期的印刷，深圳天之彩印刷有限公司负责《读者》双数期的印刷。

②发行人印厂的选择标准及合作情况

《读者》于 1981 年创刊，随着发行量的增长及发行地区的扩张，甘肃省内印厂已不能满足期刊的供应需要，同时为了降低运输成本，发行人选择省外印点及对应的省外发行局进行期刊的印刷和发行。印厂的选择标准主要为信誉度高、未发生过盗版盗印行为、印刷设备及技术先进、印刷产能高的原新华系统及军工系统内的国有大型印刷厂进行合作。印刷期间，发行人通过持续对期刊印刷质量的审核和评比，对印厂进行考核，若印厂不能达到期刊的质量要求，则终止合作。

（3）期刊定价模式，各个印刷点单价、运费差异情况，以及发行人、印刷厂和邮政局（或渠道商、零售商）三方合作协议的主要内容

①《读者》主刊印刷的定价模式，各个印刷点单价、运费差异情况，发行人、印刷厂和邮政局三方合作情况

发行人每年与各印刷厂协商签订《读者》印刷协议， 2012 年、2013 年及 2014 年度《读者》含税基本印刷单价分别为 1.42 元/册、1.35 元/册及 1.39 元/册。基本印刷单价包括 4 个标准插页，实际印制时，每增减一个插页，印刷工价增减 0.11 元/册。因此，《读者》各印点的基本单价一致，差别在于各期广告插页数量。印厂按期将期刊自行送至邮局指定地点或由邮局自取，发行人不承担运输费用。

报告期内《读者》印刷单价见下表：

项　目	总印量（册）	印刷费（元）	平均单价（元/册）	运费
2012 年度	81,163,422	95,876,804.07	1.18	0
2013 年度	76,679,209	81,263,322.08	1.06	0
2014 年度	69,289,122	70,448,684.30	1.02	0

发行人与印厂和邮局经过多年合作形成了紧密的业务伙伴关系。每期《读者》出版前 10 天（即上月 4 日和 20 日），邮局将订阅和零售的总订单发送至对应的印厂和发行人，印厂接到订单开展印制工作，发行人与印厂核对订单量和印刷量。

期刊交至邮局后，印厂将收货确认单一联交给发行人，自留一联作为结算印刷费用的凭证。邮局发行费用按照期刊收入的36.5%结算，发行人委托印厂向邮局结算刊物款项，印厂收到款项扣除印制费后当月将款项汇至发行人。该种合作模式增强了发行人的回款效率，并有效降低了运输成本，长期合作的20家印厂信誉良好，未出现拖欠回款情形。

②发行人其他期刊定价模式、各个印刷点单价、运费差异情况

发行人其他期刊基本选择一家印厂长期合作，按照单位印张和印刷工艺（黑白、半彩、全彩）确定印刷单价，并参考印量适当调整印刷单价，运输费用由发行人承担，印刷单价、运费无差异。报告期内，发行人除《读者》外的期刊实际印刷单价和支付的运输费用情况如下表所示：

A、2012年度印费支付情况

项　目	印量（册）	印刷费（元）	平均单价（元/册）	运费（元）
《读者·校园版》	1,759,171.00	2,924,922.77	1.66	--
《读者·原创版》	1,924,185.00	2,748,751.70	1.43	233,145.46
《读者欣赏》	281,458.00	1,499,319.87	5.33	86,231.88
《故事作文》	3,496,269.00	3,054,229.12	0.87	16,669.50
《老年博览》	766,390.00	987,962.72	1.29	2,265.90
《读者·乡土人文版》	719,004.00	1,197,523.61	1.67	113,674.52
《飞碟探索》	350509.00	557,738.21	1.59	4,137.10
《明周刊》	136,763.00	428,132.48	3.13	--
《漫品》	4,000.00	18,803.42	4.7	--

B、2013年度印费支付情况

项　目	印量（册）	印刷费（元）	平均单价（元/册）	运费（元）
《读者·校园版》	2,628,950.00	4,326,839.75	1.65	--
《读者·原创版》	2,011,011.00	2,799,228.61	1.39	207,858.24
《读者欣赏》	216,818.00	1,199,808.29	5.53	76,879.08
《故事作文》	3,582,467.00	3,118,027.29	0.87	11,732.40
《老年博览》	808,046.00	979,829.07	1.21	3,691.40

《读者·乡土人文版》	634,311.00	1,043,262.20	1.64	89,662.49
《飞碟探索》	315,191.00	507,098.22	1.61	3,421.70
《明周刊》	710,920.00	1874779.96	2.64	--
《漫品》	323,750.00	557036.79	1.72	--
《妈妈画刊》	38,900.00	81,720.54	2.10	--
《华夏理财》	268,710	855,365.12	3.18	167,416.73

C、2014 年度印费支付情况

项　目	印量（册）	印刷费（元）	平均单价（元/册）	运费（元）
《读者·校园版》	4,094,232.00	6,880,126.62	1.68	--
《读者·原创版》	1,910,944.00	2,460,554.66	1.29	223,973.25
《读者欣赏》	182,375.00	907,259.40	4.97	82,839.28
《故事作文》	3,234,314.00	2,814,039.25	0.87	14,998.20
《老年博览》	820,916.00	1,193,935.73	1.45	20,201.90
《读者·乡土人文版》	390,367.00	583,803.83	1.50	54,241.10
《飞碟探索》	226,663.00	369,019.88	1.63	51,053.80
《明周刊》	789,602.00	1939437.79	2.46	--
《漫品》	818,886.00	1670174.74	2.04	--
《妈妈画刊》	66,950.00	88641，39	1.32	--
《华夏理财》	384,400	1,241,576.79	3.23	274,796.99

注：上表中列示的期刊的印量和印费中，不包含各刊物的增刊及合订本。

（九）主要产品的原材料

1、主要产品原材料及供应情况

公司图书、期刊出版物的主要原材料为纸张和内容。

（1）纸张

本公司根据供应商资质和历史合作情况采用邀标方式采购纸张，主要供应商有山东晨鸣纸业集团股份有限公司、湖南岳阳林纸股份有限公司、河南银鸽实业投资股份有限公司、山东华泰纸业股份有限公司等。

（2）内容

本公司期刊和图书内容来源主要有三个方面：一是通过编辑遴选已出版的作品，实行公司首创的“一稿三酬”制度，按照国家相关规定的标准，向出版选用刊载的稿件著作权人、供稿人、首次刊载单位三方支付稿酬；二是直接从版权所有人处购买并支付版权转让费；三是与原创出版单位签订租型合同并支付租型费用，由公司在租型协议约定范围内组织实施出版发行工作。

2、主要供应商

公司 2014 年、2013 年、2012 年前五大供应商供货额占公司同期营业成本的比例分别为 29.29%、34.16%及 29.54%，公司向前五大供应商的采购情况：

年度	序号	客户名称	采购额（万元）	占比（%）
2014 年	1	广东省出版印刷物资有限公司	5,210.26	9.48
	2	岳阳林纸股份有限公司	3,707.59	6.74
	3	人民教育出版社有限公司	2,896.20	5.27
	4	兰州新华印刷厂	2,622.88	4.77
	5	金光纸业（西安）有限公司	1,662.59	3.02
	合计		**16,099.52**	**29.29**
2013 年	1	上海斐讯数据通信技术有限公司	8,378.19	13.06
	2	岳阳林纸股份有限公司	4,475.95	6.97
	3	湖南新时代财富投资实业有限公司	3,396.18	5.29
	4	人民教育出版社有限公司	2,976.58	4.64
	5	兰州新华印刷厂	2,693.18	4.20
	合计		**21,920.08**	**34.16**
2012 年	1	岳阳林纸股份有限公司	4,643.42	8.86
	2	兰州新华印刷厂	3,199.35	6.10
	3	人民教育出版社	2,956.40	5.64
	4	中国纸业投资总公司	2,855.84	5.45
	5	金光纸业（西安）有限公司	1,830.55	3.49
	合计		**15,485.55**	**29.54**

本公司不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在前五名供应商占有权益的情况。

3、发行人期刊的印刷成本

报告期内，发行人《读者》的印刷单价逐年下降，2012 年至 2014 年分别为 1.18 元/册、1.06 元/册及 1.02 元/册。其他期刊印刷单价逐年上升，期刊总体印刷单价变动较小。发行人期刊的印制情况详见下表：

单位:册、元

项　目		2014 年度	2013 年度	2012 年度
《读者》	印刷费	70,448,684.30	81,263,322.08	95,876,804.07
	印数	69,289,122.00	76,679,209.00	81,163,422.00
	平均印价	1.02	1.06	1.18
其他期刊	印刷费	34,792,294.08	30,581,927.77	20,782,734.46
	印数	16,611,527.00	15,763,367.00	11,658,381.00
	平均印价	2.09	1.94	1.78
合计	印刷费	105,240,978.38	111,845,249.85	116,659,538.53
	印数	85,900,649.00	92,442,576.00	92,821,803.00
	平均印价	1.23	1.21	1.26

发行人每年与印刷厂协商签订委托印刷协议，《读者》主刊 2012 年、2013 年及 2014 年度含税包工包料印刷协议单价分别为 1.42 元/册、1.35 元/册及 1.39 元/册。包工包料单价包括期刊中 4 个插页，实际印制时，每增减一个插页，印刷工价增减 0.11 元/册，《读者》实际支付的平均印刷单价低于合同定价，主要是实际插页数低于标准插页数所致。

4、生产成本中制造费用的主要归集内容

发行人期刊、教材教辅、及一般图书制造费用归集的内容详见下表：

单位：元

产品	项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
期刊	人工费	6,367,383.36	6,037,442.23	5,579,513.32
	办公费	365,651.53	182,195.52	339,688.17
	交通、差旅、会议费	153,978.90	119,835.67	990,862.62
	折旧费	220,991.86	184,625.60	204,932.12
	运费	-	168,754.48	239,365.66
	其他	91,630.64	114,237.15	361,881.19
合计		**7,199,636.29**	**6,807,090.64**	**7,716,243.08**
教材教辅	人工费	2,952,431.65	3,093,766.11	2,995,938.28
	办公费	30,396.21	106.85	3,397.91
	交通、差旅、会议费	70,009.38	60,106.67	59,619.91
	折旧费	33,245.61	19,125.60	21,492.94

	运费	-	3,888.29	687.77
	其他	109,950.57	37,883.37	71,013.70
合计		**3,196,033.42**	**3,214,876.89**	**3,152,150.51**
一般图书	人工费	7,464,117.53	6,986,545.34	5,554,888.82
	办公费	35,056.94	108,873.54	103,667.71
	交通、差旅、会议费	109,054.10	262,776.43	346,395.49
	折旧费	285,866.05	286,776.07	67,184.50
	运费	4,652.50	14,003.51	83,950.52
	其他	95,170.20	300,157.31	354,071.38
合计		**7,993,917.32**	**7,959,132.19**	**6,510,158.42**

5、发行人纸浆、纸张、稿费、版税、印刷费等采购价格和市场价格的差异情况

（1）发行人纸浆、纸张采购价格和市场价格对比情况

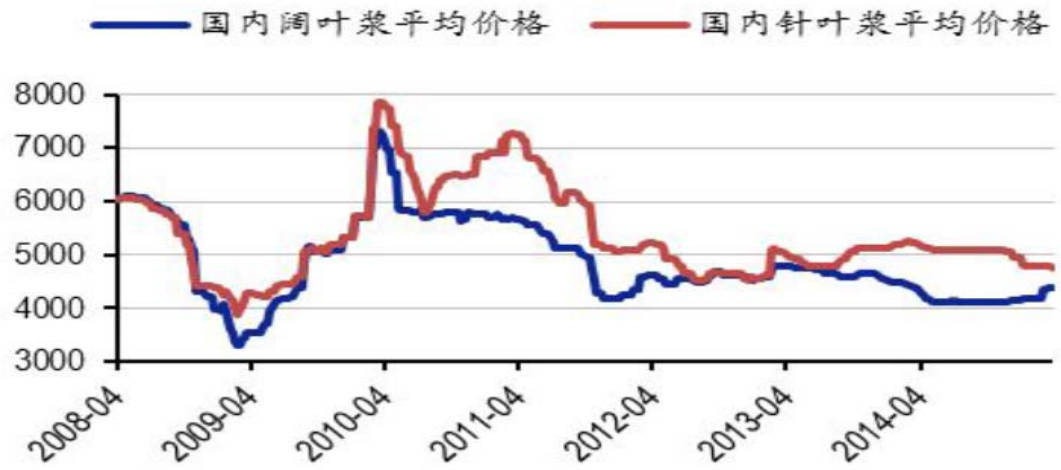
资料来源：Wind

报告期内，发行人 4 种型号的双胶纸和铜版纸平均合同价格如下：

项目	克重	2014 年度	2013 年度	2012 年度
双胶纸	70	5,235.74	5,223.08	5,480.08
	80	5,325.25	5,279.92	5,492.09
铜版纸	105	5,383.33	5,450.00	5,210.89
	157	5,016.67	5,085.00	5,120.18

经历 2009 年至 2011 年的持续下跌后，2012 年以来国内铜版纸和双胶纸价格逐步趋于平稳。与国内双胶纸和铜版纸的平均出厂价相比，发行人铜版纸采购

价格基本与平均出厂价格持平，而发行人采购量较大的 70 克和 80 克双胶纸的采购均价低于国内双胶纸的平均出厂价格。发行人双胶纸采购量大，采用招标方式确定供应商从而降低采购成本是造成价格差异的因素之一，报告期内，发行人通过招标采购的 70 克双胶纸的价格优惠幅度为 1.69-7.76%；80 克双胶纸的优惠幅度为 1.69-9.48%，优惠幅度因供应纸厂有所不同。另外，上图统计的国内平均双胶纸出厂价由多种克数、多种规格的双胶纸价格构成，同时，各地区、各造纸厂的出厂价格差别较大，也是造成发行人采购价格与上图统计价格存在差异的重要原因。



资料来源：Wind。

报告期内，发行人纸浆采购价格如下表所示：

单位：元/吨

类型	2014 年	2013 年	2012 年
针叶浆	4,911.61	5,050	-
阔叶浆	4,008.14	-	4,775.13

发行人采购针叶浆和阔叶浆主要是以贸易形式销售给有合作关系的造纸厂。与国内两种主要纸浆平均出厂价格对比，发行人针叶浆和阔叶浆的采购价格和国内平均出场价格基本一致。

（2）发行人稿费、版税、印刷费等采购价格和市场价格情况

①公司支付的稿费、印刷费金额情况如下：

A、稿费支付情况

单位：元

产品	2014 年度稿酬	2013 年度稿酬	2012 年度稿酬
期刊	3,742,782.71	3,497,810.00	2,818,774.84
一般图书	4,580,220.33	4,283,604.09	3,614,728.70
教辅	3,272,808.40	4,673,712.61	2,626,692.68

公司严格按照国家版权局的有关规定，制定了《读者出版传媒股份有限公司稿酬管理办法》对稿酬支付做了系统规定。公司出版物支付的稿酬标准主要以著作权人稿酬、其他相关人稿酬、原创稿酬、转载稿酬等作为依据。作为国内知名文摘类期刊，《读者》在国家规定的 100 元/千字的基础上实行上浮，对转载文章非签约作家实行 200 元/千字，签约作家 400 元/千字，原创稿件 600 元/千字，高于市场一般价格；插图按照市场价格支付费用；其他期刊和一般图书、教材教辅，均根据国家相关规定或稿件质量、来源不同，均按照市场标准支付。

B、公司出版物印刷费支付情况

项目	印刷数量（册）	印刷费（元）
2012 年度		
期刊	92,821,803.00	116,659,538.53
一般图书	5,287,019.00	26,578,888.09
教材	39,249,188.00	37,562,473.72
教辅	30,530,159.00	39,002,599.83
2013 年度		
期刊	92,442,576.00	111,743,711.39
一般图书	5,015,766.00	25,333,037.60
教材	36,535,651.00	35,275,210.50
教辅	43,679,688.00	54,027,393.71
2014 年度		
期刊	85,900,649.00	105,240,978.38
一般图书	4,166,703.00	26,092,628.85
教材	34,960,108.00	34,112,325.14
教辅	28,837,726.00	43,207,915.76

C、公司出版物平均印刷单价情况

产品类别	2014 年	2013 年	2012 年
期刊（元/册）	1.23	1.21	1.26
一般图书（元/册）	6.26	5.05	5.03
教材（元/册）（不含纸）	0.98	0.97	0.96
教材（元/册）（含纸）	2.29	2.31	2.33
教辅（元/册）	1.50	1.24	1.28

报告期内，《读者》采用招标的方式确定印刷工价，教材按照国家规定的印刷工价执行；其他期刊和一般图书采用比价的方式确定印刷机构后，长期合作。由于印刷市场是一个工艺成熟、市场充分竞争的领域，因此，报告期内发行人在印刷方面的采购价格与市场价格一致。

D、公司出版物版税支付情况

年份	数量（万册）	码洋（万元）	金额（万元）
2014 年	175.01	3,878.36	134.67
2013 年	590.67	10,368.90	360.35
2012 年	349.00	5,447.70	102.79

报告期内，发行人版税主要是对法人主体出版版权的采购支出，版税以印刷总码洋作为结算基础，按照版权的适销性由供需双方协商按照总码洋的一定费率确定版税金额，因此版权价格的市场化程度较高。

6、报告期发行人支付的稿费、版税和采购稿件数量、单价的匹配情况

（1）报告期内支付稿酬匹配情况

公司报告期内各种出版物的稿酬的支付情况如下：

单位：元

项目	2014 年度稿酬	2013 年度稿酬	2012 年度稿酬
期刊	3,742,782.71	3,497,810.00	2,818,774.84
一般图书	4,580,220.33	4,283,604.09	3,614,728.70
教辅	3,272,808.40	4,673,712.61	2,626,692.68
项目	**2014 年出版千字数**	**2013 年出版千字数**	**2012 年出版千字数**
期刊	19,164.62	21,395.37	16,725.29
一般图书	98,562.00	100,814.41	109,272.00

教辅	65,456.00	85,450.00	52,003.00
项目	**2014 年(元/千字)**	**2013 年(元/千字)**	**2012 年(元/千字)**
期刊	195.30	163.48	168.53
一般图书	46.67	42.49	33.08
教辅	50.00	54.70	50.51

报告期内发行人期刊、教辅支付的稿酬和稿件采购数量（以出版千字数为统计口径）基本匹配；部分约稿或自采稿件和图书用稿因稿件质量、来源不同，按照市场标准支付稿费，出版千字数与支付稿酬不构成匹配关系。

（2）报告期内版税的支付情况

报告期内公司版税主要是人教版教辅的版税支付，版税和出版总码洋的匹配情况如下：

单位：万元

品种	2012 年			2013 年			2014 年		
	码洋	版税率	金额	码洋	版税率	金额	码洋	版税率	金额
高中新课标质量模块测评系列	1,517.50	1.89%	28.63	1,280.50	2.24%	28.63	1,315.40	3.30%	43.44
名师点拨课时作业系列	1,250.40	1.89%	23.59	1,250.40	1.89%	23.59	1,401.70	3.77%	52.90
同步导学系列	2,679.80	1.89%	50.56	3,731.30	2.03%	75.68	1,161.26	3.30%	38.34
教材解析系列	-	-	-	4,106.70	5.66%	232.44	-	-	-
合计	**5,447.70**	**-**	**102.79**	**10,368.90**	**-**	**360.35**	**3,878.36**	**-**	**134.67**

报告期内，发行人每年教辅版税率由供需双方根据市场情况调整。2013 年发行人引进安徽经纶文化传播有限公司在人教版教材基础上开发的教材解析系列教辅，该教辅需分别向人教社和安徽经纶文化传播有限公司缴纳版税，因此版税税率较高，导致当期版税总额增长幅度较大。

7、运费和销量的匹配情况

发行人报告期内运费与销量的配比情况见下表：

单位：万册、万元

项目	2012 年度			2013 年度			2014 年度		
	销售数量	运费	单价（元/	销售数量	运费	单价（元/	销售数量	运费	单价（元/

			册）			册）			册）
期刊	1,158.07	127.16	0.11	1,578.96	145.45	0.09	1,758.67	188.53	0.11
教材	3,924.92	48.50	0.01	3,653.57	51.14	0.01	3,496.01	47.89	0.01
教辅	3,515.67	9.41	0.00	3,398.71	7.48	0.00	3,768.65	8.11	0.00
一般图书	710.98	85.48	0.12	643.45	44.56	0.07	519.13	52.2	0.10
合计	**9,309.64**	**270.55**	**0.029**	**9,274.69**	**248.62**	**0.027**	**9,542.46**	**296.733**	**0.031**

注：期刊销售数量包括损耗数量。

发行人 2012 年、2013 年及 2014 年度运费随出版物的销售数量增加而递增，匹配情况良好。

8、发行人支付装印费均为采购印刷服务支出

报告期内发行人支付的印装费用由印刷纸张价格、印刷工价及装订费等构成，均为采购印刷服务支出。

（十）环境保护与安全生产

本公司和本次募集资金投资项目所从事的生产经营活动属于对环境影响很小的行业，其日常的生产经营活动也不存在污染情况。甘肃省环保局出具了《关于读者出版传媒股份有限公司上市环保核查情况的函》（甘环函[2013]13 号），证明本公司及下属企业在生产经营过程符合国家环境保护法规的要求，未受到环境保护部门的行政处罚。

本公司所从事经营活动符合国家关于安全生产的要求，报告期内不存在违反国家安全生产法规、造成重大事故的情况。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司固定资产情况：

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日			
	账面原值	累计折旧	账面价值	成新度
房屋建筑物	300,503,280.59	13,623,382.66	286,879,897.93	95.47%

机器设备	3,772,884.66	2,981,828.63	791,056.03	20.97%
运输设备	9,133,083.20	3,533,481.36	5,599,601.84	61.31%
电子及其他设备	36,170,669.29	20,195,838.67	15,974,830.62	44.17%
合计	**349,579,917.74**	**40,334,531.32**	**309,245,386.42**	**88.46%**

注：成新度=账面价值/账面原值*100%。

（二）主要设备

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司主要设备情况如下：

单位：元

资产名称	数量	账面原值	累计折旧	账面价值	成新度
电脑	314 台	1,840,903.37	1,462,532.61	378,370.76	20.55%
计算机网络工程设备	13 套	760,959.67	693,335.52	67,624.15	8.89%
监控系统设备	5 套	2,753,739.78	2,626,379.41	127,360.37	4.62%
空调系统设备	9 套	4,992,501.13	3,016,298.89	1,976,202.24	39.58%
办公电梯	1 部	328,400.00	318,548.00	9,852.00	3.00%
会议声效系统设备	7 套	388,223.72	376,171.60	12,052.12	3.10%
打印机和复印机	80 台	477,136.42	416,676.04	60,460.38	12.67%

注：成新度=账面价值/账面原值*100%。

（三）房屋所有权

1、本公司自有房产情况

序号	所有权人	房产证号	座落	面积（㎡）	用途
1	发行人	天房权证秦字第 1011033401 号	甘肃省天水市秦州区赤峪路 109 号 1 幢、2 幢	2,907.00	仓库
2	发行人	天房权证秦字第 1011033402 号	甘肃省天水市秦州区赤峪路 109 号 3 幢、4 幢	75.58	仓库
3	发行人	天房权证秦字第 1011033403 号	甘肃省天水市秦州区赤峪路 109 号 5 幢	248.44	办公
4	发行人	兰房权证（城关区）字第 255381 号	兰州市城关区南滨河东路 520 号	6,459.70	办公
5	发行人	兰房权证（城关区）字第 255380 号	兰州市城关区南滨河东路 520 号	21.48	其他
6	发行人	兰房权证（七里河区）字第 259169 号	兰州市七里河区西湖街道硷沟沿 121 号	11,216.75	其他

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司在中国境内自有房屋共计 6 项、总建筑面积为 20,928.95 平方米，均已取得房屋所有权证和出让土地使用证。

公司上述房产不存在抵押、被采取司法强制措施或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

2、本公司及下属子公司租赁房产情况

序号	租赁单位	出租方	坐落	租赁面积（㎡）
1	读者传媒	读者集团	兰州市南滨河东路520号B座楼	5,745.26
2	读者传媒	甘肃省兰州物资供应站	兰州市七里河区建西路甘肃省兰州物资供应站二道铁路专用线旁38-40号仓库	4,320.00
3	读者传媒	飞天出版传媒集团有限公司	兰州市城关区曹家巷1号西北书城大厦14层1、2、3、4、5、6、7、9号房屋	704.00
4	读者天地	读者集团	北京市白纸坊西街22号都市晴园1009、1010室	377.82
5	北京旺财	北京华夏时报传媒广告有限公司	北京市西城区太平街甲6号10层	1,000.00
6	读者文化	广州市委招待所	广州市先烈中路99号广州市委党校大院21栋3层	263.62
7	读者文化	广州图书市场有限公司	广州市海珠区建基路68-82号广州市图书批发市场内首层A041号铺位	50.00
8	读者数码	徐丽	深圳市深南大道2001号嘉麟豪庭B座802A	120.84
9	读者数码	苗馨月	北京市朝阳区光华路2号1号楼3601室	48.12
10	读者数码	桂强芳	深圳市福田区深南中路与福虹路交汇处国际科技大厦3004、3005房屋	213.99
11	读者动漫	兰州理工大学科技园有限公司	兰州市七里河区兰工坪287号兰州理工大学科技园1206、1210、1218、1219	176.4
12	读者动漫	兰州职业技术学院	师范校区实验楼一、二楼西侧	300.00
13	读者动漫	兰州高新创业置业有限责任公司	兰州高新技术产业开发区创新园创新大厦（雁南路18号）A座10层1016、1017房间	205.27
14	读者新媒体	天津金税财务服务外包有限公司	天津生态城动漫中路482号创智大厦1-103内办公室一间	224.65
15	读者新媒体	天津生态城公屋建设有限公司	天津生态城汉北路7号增129号11-1-505、11-1-905	119.32

16	读者天元	北京奥宇科技企业孵化器有限责任公司	北京市大兴区经济开发区金苑路2号1栋1层105-4号	15.00

截至 2014 年底，公司租赁的房屋 16 宗，建筑面积合计 13,884.29 平方米。

（四）土地使用权

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司共拥有土地使用权 4 宗，合计面积 35,001.30 平方米，具体情况如下：

序号	土地证号	权利人	位置	用途	取得方式	面积（㎡）	终止日期	地上建筑物对应房产证
1	天国用（2010）第 048 号	读者传媒	天水市秦州区赤峪路 109 号	工业	出让	9,112.00	2059.12.30	天房权证秦字第 1011033401、1011033402、1011033403 号
2	兰国用（2012）第 C08021 号	读者传媒	兰州市滨河东路 292 号	机关	出让	5,434.40	2061.12.03	房权证（城关区）字第 255380、255381 号
3	兰国用（2012）第 Q2410 号	读者传媒	兰州市七里河区硷沟沿 194 号	仓储	出让	4,063.70	2051.12.16	兰房权证（七里河区）字第 259169 号
4	津字第 107051000491 号	读者新媒体	中新天津生态城南部片区	工业	出让	16,391.20	2059.12.21	在建

公司上述土地不存在抵押、被采取司法强制措施或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（五）政府特许经营权

1、出版许可证

序号	证书名称	证书编号	被许可人	许可范围	发证机关	有效期至
1	图书出版许可证	新出图证（2010）字 1 号	甘肃人民出版社有限责任公司	出版马列主义、毛泽东思想理论著作，以马克思主义为指导的政治、哲学、法律、经济、历史等著作	原新闻出版总署	2018.12.31
2	图书出版	新出图证（2014）	甘肃民族出	以藏文和汉文出版	国家新闻出版广	2021.12.31

	许可证	字 2 号	版社有限责任公司	图书，以及民族古籍和民族问题学术研究著作等	电总局	
3	图书出版许可证	新出图证（2014）字 3 号	甘肃教育出版社有限责任公司	以教育图书为主，出版中学、大学教材、工具书、教学参考书，学生课外读物以及教育理论、社科、文化方面的著作等	国家新闻出版广电总局	2021.12.31
4	图书出版许可证	新出图证（2014）字 4 号	甘肃少年儿童出版社有限责任公司	出版以少年儿童为对象的政治、思想、品德教育读物，儿童文学作品等	国家新闻出版广电总局	2021.12.31
5	图书出版许可证	新出图证（2014）字 5 号	甘肃科学技术出版社有限责任公司	出版科技读物和工具书、科普期刊等	国家新闻出版广电总局	2021.12.31
6	图书出版许可证	新出图证（2014）字 6 号	敦煌文艺出版社有限责任公司	出版各类文学艺术作品图书和敦煌类图书，及古代文艺图书和外国文艺图书	国家新闻出版广电总局	2021.12.31
7	图书出版许可证	新出图证（2014）字 7 号	甘肃人民美术出版社有限责任公司	美术摄影图书、年画。挂历、宣传品等	国家新闻出版广电总局	2021.12.31
8	期刊出版许可证	甘期出证字第 010 号	读者杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
9	期刊出版许可证	甘期出证字第 011 号	读者杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
10	期刊出版许可证	甘期出证字第 012 号	读者（原创版）杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
11	期刊出版许可证	甘期出证字第 013 号	读者欣赏杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
12	期刊出版许可证	甘期出证字第 014 号	读者（乡土人文版）杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
13	期刊出版许可证	甘期出证字第 015 号	故事作文杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
14	期刊出版许可证	甘期出证字第 016 号	老年博览杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31

15	期刊出版许可证	甘期出证字第017号	飞碟探索杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
16	期刊出版许可证	甘期出证字第018号	妈妈画刊杂志社	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
17	期刊出版许可证	甘期出证字第019号	读者传媒	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
18	期刊出版许可证	甘期出证字第020号	明周刊编辑部	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
19	期刊出版许可证	甘期出证字第130号	读者杂志社	准予《读者》（海外版）出版	国家新闻出版广电总局	2018.12.31
20	音像制品出版许可证	（甘）音出证字第03号	飞天音像	文化、教育、科技方面的电子出版物和音像制品出版	国家新闻出版广电总局	2015.6.30
21	电子出版物出版许可证	电出证字第 001号	飞天音像	文化、教育、科技方面的电子出版物和音像制品	国家新闻出版广电总局	2016.6.30
22	电子出版物出版许可证	甘电出证字第002号	人民社有限	电子出版物（限于电纸书）出版，其中原创内容出版与读者出版传媒股份有限公司所属出版单位的业务范围相一致。	原新闻出版总署	2016.9.9
23	互联网出版许可证	新出网证（陇）字002号	人民社有限	同读者出版传媒股份有限公司所属出版单位的出版范围相一致的网络（含手机网络）图书、杂志、音像、电子出版物出版	原新闻出版总署	2023.1.9
24	报纸出版许可证	甘报出证字第62号	华夏理财	根据《出版管理条例》规定，准予该报纸出版	原新闻出版总署	2018.12.31
25	互联网出版许可证	新出网证（陇）字004号	读者数码	中国内地已正式出版的图书，期刊内容的网络（含手机网络）传播	国家新闻出版广电总局	2024.11.10

2、出版物经营许可证

序号	证书名称	证书编号	被许可人	许可范围	发证机关	有效期
1	出版物经营许可证	新出发京批字第直 080117 号	读者天地	图书、期刊、电子出版物批发	北京市新闻出版局	2015.12.31
2	出版物经营许可证	新出发总发字第 105 号	读者数码	电子出版物（限于电纸书）总发行业务	新闻出版总署	2019.5.30
3	出版物经营许可证	新出发穗图批字第 4401100417 号	读者文化	国内版图书、报纸、期刊批发零售	广州市文化广电新闻出版局	2021.3.31
4	出版物经营许可证	新出发津批字第 00169 号	读者新媒体	图书、期刊、电子出版物的批发	天津新闻出版局	2020.12.31
5	出版物经营许可证	新出发京批字第直 130089 号	旺财传媒	报纸、期刊、批发、零售	北京市新闻出版局	2015.12.21
6	出版物经营许可证	甘新出发批字第 675 号	教育社有限	图书、报刊、音像制品、电子出版物	甘肃省新闻出版广电局	2019.5.30
7	出版物经营许可证	甘新出发批字第 674 号	少儿社有限	图书、报刊、音像制品、电子出版物	甘肃省新闻出版广电局	2019.5.30

3、其他经营许可证

序号	证书名称	证书编号	被许可人	许可范围	发证机关	有效期限
1	广告经营许可证	6200004000060	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《老年博览》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
2	广告经营许可证	6200004000048	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《飞碟探索》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
3	广告经营许可证	6200004000042	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《故事作文》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
4	广告经营许可证	6200004000043	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《妈妈画刊》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
5	广告经营许可证	6200004000059	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《文化博览》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
6	广告经营许可证	6200004000058	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《读者·乡土人文版》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
7	广告经营许可证	6200004000057	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《读者欣赏》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31

8	广告经营许可证	6200004000056	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《读者·海外版版》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2012.3.8—2013.6.3
9	广告经营许可证	6200004000055	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《读者·原创版》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
10	广告经营许可证	6200004000027	读者传媒	设计和制作印刷品广告、利用《读者》和《读者·校园版》杂志发布广告	甘肃省工商行政管理局	2013.4.25—2018.12.31
11	增值电信业务经营许可证	甘 B2-20150001	读者数码	互联网信息服务不含新闻、教育、医疗保健、药品和医疗器械、电子公告、含出版、文化、广播电影节目内容	甘肃省通信管理局	至 2019.1.21
12	复制经营许可证	电复证字第 D001 号	读者数码	电子出版物的（限于电纸书）复制业务，包括：出版物内容的数字转换、编辑加工、数字芯片植入	新闻出版总署	2014.5.28—2015.5.28
13	广播电视节目制作经营许可证	（甘）字第 00060 号	读者动漫	电视节目制作、发行电视综艺、电视专题、动画片	甘肃省广播电影电视局	2014.1.15—2015.4.1
14	办学许可证	人社民 6200004000114 号	甘肃读者影视动画职业培训学校	中、高级动漫创作	甘肃省人力资源和社会保障厅	长期
15	广告经营许可证	6200004000068	华夏理财	设计、制作印刷品广告，利用自有《华夏理财》发布国内外广告	甘肃省工商行政管理局	2018.12.31
16	对外贸易经营者备案登记表	进出口企业代码为：6200551296186	读者数码	-	-	-
17	海关报关单位注册登记证书	6201910198	读者数码	进出口货物收发货人	兰州海关	-

18	自理报检企业备案登记证明书	6200601561	读者数码	-	甘肃出入境检验检疫局	-

注：截至本招股说明书签署日，读者动漫广播电视节目制作经营许可证和《读者·海外版》广告经营许可证均在办理申请延期手续。

（六）其他无形资产

1、商标

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
过户手续已办理完毕的注册商标					
1		读者传媒	2017.7.13	第 16 类	1051047
2		读者传媒	2016.11.6	第 45 类	3944193
3		读者传媒	2016.11.6	第 44 类	3944194
4		读者传媒	2016.11.6	第 43 类	3944195
5		读者传媒	2016.11.6	第 42 类	3944196
6		读者传媒	2016.11.6	第 41 类	3944197
7		读者传媒	2016.11.6	第 40 类	3944203
8		读者传媒	2016.11.06	第 39 类	3944204
9		读者传媒	2016.11.6	第 38 类	3944205
10		读者传媒	2016.11.6	第 37 类	3944206
11		读者传媒	2016.11.6	第 35 类	3944208
12		读者传媒	2015.12.6	第 34 类	3944209
13		读者传媒	2016.1.13	第 31 类	3944212
14		读者传媒	2016.4.13	第 30 类	3944373

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
15		读者传媒	2016.3.13	第 29 类	3944374
16		读者传媒	2017.8.13	第 28 类	3944375
17		读者传媒	2017.6.20	第 27 类	3944376
18		读者传媒	2017.6.20	第 26 类	3944377
19		读者传媒	2017.8.6	第 25 类	3944378
20		读者传媒	2017.6.20	第 24 类	3944379
21		读者传媒	2017.6.20	第 23 类	3944380
22		读者传媒	2017.6.20	第 22 类	3944381
23		读者传媒	2016.10.6	第 21 类	3944382
24		读者传媒	2016.10.6	第 20 类	3944383
25		读者传媒	2016.10.6	第 19 类	3944384
26		读者传媒	2017.6.20	第 18 类	3944385
27		读者传媒	2016.10.6	第 17 类	3944386
28		读者传媒	2016.12.13	第 16 类	3944387
29		读者传媒	2016.10.6	第 15 类	3944388
30		读者传媒	2016.10.6	第 14 类	3944389
31		读者传媒	2015.3.13	第 13 类	3944390
32		读者传媒	2016.3.27	第 12 类	3944391
33		读者传媒	2015.12.27	第 11 类	3944392
34		读者传媒	2015.12.20	第 10 类	3944233
35		读者传媒	2015.12.20	第 8 类	3944235

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
36		读者传媒	2016.7.20	第 7 类	3944236
37		读者传媒	2016.1.27	第 6 类	3944237
38		读者传媒	2016.10.6	第 5 类	3944238
39		读者传媒	2016.10.6	第 4 类	3944239
40		读者传媒	2016.10.6	第 3 类	3944240
41		读者传媒	2016.10.6	第 2 类	3944241
42		读者传媒	2016.10.06	第 1 类	3944242
43		读者传媒	2014.9.6	第 16 类	704750
44		读者传媒	2016.12.6	第 45 类	3944308
45		读者传媒	2016.12.6	第 44 类	3944309
46		读者传媒	2016.12.6	第 43 类	3944310
47		读者传媒	2016.12.6	第 40 类	3944313
48		读者传媒	2016.12.6	第 39 类	3944314
49		读者传媒	2016.12.6	第 37 类	3944316
50		读者传媒	2016.12.6	第 36 类	3944317
51		读者传媒	2019.1.27	第 35 类	3944318
52		读者传媒	2015.12.6	第 34 类	3944319
53		读者传媒	2015.12.6	第 33 类	3944320
54		读者传媒	2017.6.6	第 26 类	3944327
55		读者传媒	2019.4.6	第 24 类	3944329
56		读者传媒	2017.6.20	第 23 类	3944330

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
57	读者	读者传媒	2017.6.20	第 22 类	3944331
58	读者	读者传媒	2016.12.13	第 20 类	3944353
59	读者	读者传媒	2016.10.06	第 19 类	3944354
60	读者	读者传媒	2017.8.13	第 18 类	3944355
61	读者	读者传媒	2016.10.6	第 17 类	3944356
62	读者	读者传媒	2016.10.6	第 14 类	3944359
63	读者	读者传媒	2015.3.13	第 13 类	3944360
64	读者	读者传媒	2015.12.27	第 11 类	3944362
65	读者	读者传媒	2015.5.27	第 10 类	3944363
66	读者	读者传媒	2015.12.20	第 8 类	3944365
67	读者	读者传媒	2016.3.27	第 7 类	3944366
68	读者	读者传媒	2016.4.13	第 6 类	3944367
69	读者	读者传媒	2016.12.13	第 5 类	3944368
70	读者	读者传媒	2016.10.6	第 4 类	3944369
71	读者	读者传媒	2016.10.6	第 2 类	3944371
72	读者	读者传媒	2016.10.6	第 1 类	3944372
73	DUZHE	读者传媒	2019.5.27	第 16 类	1277981
74	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 35 类	3944213
75	DUZHE	读者传媒	2015.12.6	第 34 类	3944214
76	DUZHE	读者传媒	2015.12.6	第 33 类	3944215
77	DUZHE	读者传媒	2016.1.27	第 32 类	3944216

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
78	DUZHE	读者传媒	2016.1.13	第 31 类	3944217
79	DUZHE	读者传媒	2016.1.27	第 30 类	3944218
80	DUZHE	读者传媒	2016.1.13	第 29 类	3944219
81	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 28 类	3944220
82	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 27 类	3944221
83	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 26 类	3944222
84	DUZHE	读者传媒	2017.6.6	第 25 类	3944223
85	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 24 类	3944224
86	DUZHE	读者传媒	2017.06.20	第 23 类	3944225
87	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 22 类	3944226
88	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 21 类	3944227
89	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 20 类	3944228
90	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 19 类	3944229
91	DUZHE	读者传媒	2017.6.20	第 18 类	3944230
92	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 17 类	3944231
93	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 16 类	3944232
94	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 45 类	3944243
95	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 44 类	3944244
96	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 43 类	3944245
97	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 42 类	3944246
98	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 41 类	3944247

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
99	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 40 类	3944248
100	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 39 类	3944249
101	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 38 类	3944250
102	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 37 类	3944251
103	DUZHE	读者传媒	2016.11.6	第 36 类	3944252
104	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 5 类	3944303
105	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 4 类	3944304
106	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 3 类	3944305
107	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 2 类	3944306
108	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 1 类	3944307
109	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 15 类	3944393
110	DUZHE	读者传媒	2016.10.20	第 14 类	3944394
111	DUZHE	读者传媒	2015.3.13	第 13 类	3944395
112	DUZHE	读者传媒	2016.3.27	第 12 类	3944396
113	DUZHE	读者传媒	2015.12.27	第 11 类	3944397
114	DUZHE	读者传媒	2015.12.20	第 10 类	3944398
115	DUZHE	读者传媒	2016.3.27	第 9 类	3944399
116	DUZHE	读者传媒	2015.12.20	第 8 类	3944400
117	DUZHE	读者传媒	2016.3.27	第 7 类	3944401
118	DUZHE	读者传媒	2016.4.13	第 6 类	3944402
119	READERS	读者传媒	2017.7.27	第 16 类	1062913

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
120		读者传媒	2020.9.29	第 16 类	530356
121		读者杂志社	2016.3.27	第 9 类	3944234
122		读者杂志社	2017.2.20	第 36 类	3944207
123		读者杂志社	2019.1.27	第 16 类	3944357
124		读者杂志社	2020.10.20	第 41 类	3944312
125		读者杂志社	2020.10.20	第 42 类	3944311
126	小考通	甘肃人民出版社	2020.1.20	第 16 类	5687855
127	中考通	甘肃人民出版社	2020.1.20	第 16 类	5687846
128	高考通	甘肃人民出版社	2020.1.20	第 16 类	5687856
129		少儿社	2017.6.20	第 16 类	1032867
130		少儿社	2017.6.20	第 16 类	1032866
公司设立后已申请取得的注册商标					
131		读者传媒	2023.1.27	第 28 类	10130830
132		读者传媒	2022.12.20	第 35 类	10130867
133		读者传媒	2023.2.13	第 39 类	10134705
134		读者传媒	2022.12.27	第 42 类	10134939
135		读者传媒	2023.2.20	第 38 类	10135170
136		读者传媒	2022.12.27	第 16 类	10154299
137		读者传媒	2022.12.20	第 9 类	10116251
138		读者传媒	2023.3.13	第 16 类	10132498
139		读者传媒	2022.12.20	第 20 类	10116316

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
140	读者欣赏	读者传媒	2022.12.20	第 28 类	10116390
141	读者欣赏	读者传媒	2023.3.6	第 35 类	10116452
142	读者欣赏	读者传媒	2023.3.13	第 39 类	10116519
143	读者海外	读者传媒	2022.12.20	第 20 类	10112515
144	读者海外	读者传媒	2023.1.6	第 28 类	10112549
145	读者海外	读者传媒	2023.1.13	第 35 类	10112582
146	读者海外	读者传媒	2023.4.13	第 39 类	10115942
147	读者海外	读者传媒	2023.7.6	第 9 类	10112471
148	读者海外	读者传媒	2024.3.13	第 16 类	10132449
149	读者海外版	读者传媒	2024.3.13	第 16 类	10132500
150	读者原创	读者传媒	2022.12.20	第 35 类	10112384
151	读者原创	读者传媒	2023.1.27	第 39 类	10112426
152	读者原创	读者传媒	2023.7.6	第 9 类	10112160
153	读者原创版	读者传媒	2023.12.13	第 16 类	10132496
154	读者原创版	读者传媒	2023.12.13	第 16 类	10132497
155	读者欣赏图片库	读者传媒	2023.1.27	第 35 类	10116073
156	读者欣赏图片库	读者传媒	2023.1.27	第 39 类	10116162
157	读者欣赏图片库	读者传媒	2024.3.13	第 16 类	10132501
158	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2022.12.20	第 9 类	10121870
159	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2023.12.31	第 16 类	10132495

序号	商标名称	注册人	有效期至	类别	注册编号
160	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2023.12.31	第 20 类	10121937
161	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2022.12.20	第 28 类	10121984
162	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2023.1.27	第 35 类	10122155
163	DUZHEYUANCHUANGBAN	读者传媒	2023.1.27	第 39 类	10122227
164	READERS	读者传媒	2022.12.27	第 35 类	10128990
165	READERS	读者传媒	2022.12.20	第 39 类	10129022
166	READERS	读者传媒	2023.10.13	第 41 类	10129057
167	READERS	读者传媒	2023.11.06	第 42 类	10129126
168	读者	读者传媒	2023.4.27	第 9 类	10111218
169	TASTE Reader's	读者传媒	2023.4.20	第 20 类	10121650
170	TASTE Reader's	读者传媒	2023.4.20	第 39 类	10121650
171		读者传媒	2023.3.6	第 41 类	10134830
172		读者传媒	2023.8.20	第 9 类	10129299

2、专利技术

发行人拥有 1 项外观设计专利，具体情况如下：

专利权人	专利名称	类型	专利号	授权公告日	设计人
读者数码	电纸书	外观设计	ZL201030569845.5	2011-07-06	李毅超；杨斯康；李建华；胡宏斌；帕克卡尔

3、著作权

发行人拥有 7 项著作权，具体情况如下：

著作权人	名称	发证机关	登记号	发证日期
读者数码	读者数码仓库管理系统 V1.0	国家版权局	2011SR041696	2011.06.30
读者数码	usbkey 电纸书加解密软件 V1.0	国家版权局	2011SR047805	2011.07.14
读者动漫	类似摄制电影方法创作的作品《飞天传奇》	国家版权局	2011-I-052009	2011.12.14

读者动漫	类似摄制电影方法创作的作品《伏羲》	国家版权局	2011-I-052012	2011.12.15
读者动漫	旅游服务门户系统 V1.0	国家版权局	2015SR021176	2015.2.2
读者动漫	旅游微服务系统 V1.0	国家版权局	2015SR021177	2015.2.2
读者动漫	移动旅游服务软件 V1.0	国家版权局	2015SR021178	2015.2.2

经核查，保荐机构认为，发行人合法取得相应业务资质、许可、认证。截止本招股说明书签署之日，《读者·海外版》的《广告经营许可证》及读者动漫《广播电视节目制作经营许可证》有效期已届满，发行人正在办理续期事宜。发行人合法经营期刊出版及广告业务，具备取得相应许可证的条件，发行人取得续期后的《广告经营许可证》、《广播电视节目制作经营许可证》不存在法律障碍，该续期事宜不会对本次发行上市造成法律障碍或风险。

发行人律师认为，发行人及其子公司按照我国相关法律法规合法取得相应业务资质、许可、认证；已到期的两项许可、资质，办理续期不存在法律障碍，不会对本次发行上市造成法律障碍或风险。

六、公司主要技术与研发创新

（一）核心技术

公司在期刊和图书的选题策划、编辑出版、营销发行等方面积累了丰富的行业经验，已建立起一支老中青三代相结合、成熟稳定的编辑出版专业队伍，有效保障了《读者》惯有编辑风格与出版特色，对公司有效开展期刊群建设、特色图书出版、新兴业务开拓等方面发挥着至关重要的作用。

在期刊方面，《读者》已连续多年蝉联全国单刊发行量最大的刊物；在图书方面，公司也积累了大量的选题、策划和出版发行经验，所出版的图书多次获得国家和省部级奖励。

（二）主要产品获奖情况

1、公司期刊获奖情况

名称	创刊日期	获奖情况
《读者》	1981 年 4 月	1999 年、2003 年、2005 年，连续三届荣获“中国期刊奖”；2011 年荣获第二届中国出版政府期刊奖。

	2004 年 9 月	2007-2009 年北方优秀期刊奖；2009、2010 年中国邮政发行畅销报刊。
	2001 年 10 月	2012 年获得全国最具品牌价值文艺类期刊。
	2000 年 1 月	2001 年，被新闻出版总署评为“中国期刊方阵双效期刊”；2007 年，获第二届“北方期刊奖优秀期刊”称号；2008 年，荣获甘肃省“优秀期刊”称号。
	1986 年更名	2008 年，入选新闻出版总署推荐优秀少儿报刊名单；2011 年，获第四届少儿报刊优秀奖；由《故事作文》派生出的《少年绝境自救故事》获第三届“国家图书奖提名奖”和第六届“五个一工程奖”。
	1982 年创刊 2003 年更名	2009 年中国北方优秀期刊奖。
	1981 年 1 月	1996 年第二届全国优秀科技期刊三等奖、2007 年中国第二届北方优秀期刊奖。

2、公司图书获奖情况

序号	书名	获奖名称
1	《中国社会主义问题研究》	第一届“五个一工程”奖
2	《敦煌古乐》	第二届“五个一工程”奖
3	《敦煌艺术之最》	第三届“五个一工程”奖
4	《西北灾荒史》	第四届“五个一工程”奖
5	《少年绝境自救故事.天地无情》	第六届“五个一工程”奖
6	《阔瑞与萨班凉州会谈》	第七届“五个一工程”奖
7	《藏族文化发展史》（上、下）	第八届“五个一工程”奖
8	《甘肃藏敦煌文献》（1-2 卷）	第八届“五个一工程”奖
9	《少年绝境自救故事》	第三届国家图书奖提名奖
10	《阔瑞与萨班凉州会谈》	第四届国家图书奖提名奖
11	《教育学原理》	第四届国家图书奖提名奖
12	《甘肃藏敦煌文献》（1~2 卷）	第五届国家图书奖提名奖
13	《敦煌文学》	第四届中国图书奖
14	《敦煌壁画乐史资料总录与研究》	第四届中国图书奖
15	《格萨尔学集成》（1-3 卷）	第五届中国图书奖
16	《中国共产党廉政建设史》	第七届中国图书奖

17	《藏族传统文化词典》	第八届中国图书奖
18	《西北灾荒史》	第九届中国图书奖
19	《犯罪学大辞书》	第十届中国图书奖
20	《阔瑞与萨班凉州会谈》	第十一届中国图书奖
21	《陇文化丛书》（10 册）	第十二届中国图书奖
22	《三礼研究论著提要》	第十三届中国图书奖
23	《中国石窟图文志》（上、中、下）	第十四届中国图书奖
24	《敦煌学研究丛书》	第十四届中国图书奖
25	《国际敦煌学丛书》（2 本）	第一届中华优秀出版物奖
26	《给历史指认一个现场》	第一届中华优秀出版物（论文）奖
27	《中国现（当）代书籍装帧设计中的文化选择》	第一届中华优秀出版物（论文）奖
28	《走进敦煌丛书》（8 册）	第二届中华优秀出版物奖
29	《中国文学原型论》	第二届中华优秀出版物奖提名奖
30	《伯希和敦煌石窟笔记》	第二届中华优秀出版物奖提名奖
31	《铭记 5.12－甘肃省抗震救灾纪实》	第二届中华优秀出版物奖抗震救灾特别奖
32	《震撼－甘肃省抗震救灾先进事迹报告集》	第二届中华优秀出版物奖抗震救灾特别奖
33	《陇原好少年》	第二届中华优秀出版物奖抗震救灾特别奖
34	《西藏地方经济史》	第三届中华优秀出版物奖
35	《北魏政治史》（5 册）	第三届中华优秀出版物奖
36	《出版资源开发研究》	全国第一届出版科学研究优秀论文奖
37	《敦煌遗书与我国古代的图书翻译与抄写》	全国第二届出版科学研究优秀论文奖
38	《中国北方古代少数名族历史文化丛书》10 卷	第二届向全国推荐百种优秀名族图书
39	《甘肃石窟志》	第四届中华优秀出版物奖（提名奖）
40	《敦煌学和科技史》	第四届“三个一百”原创图书
41	《敦煌石窟寺研究》	第四届中华优秀出版物奖（提名奖）
42	《敦煌石窟寺研究》	第四届“三个一百”原创图书

公司期刊和图书获奖情况，为国家级期刊和图书出版奖项，是由中共中央宣传部、原国家新闻出版总署、中国出版协会分别设立的国家级出版物奖项，是中国出版界具有广泛影响力、公信力和权威性的国家级荣誉，发行人获得的荣誉奖项客观反映了发行人出版物的行业荣誉。

（三）研究开发情况

公司具备较强的新产品研发能力，在既有期刊编辑出版的基础上，逐步推出适应当代阅读群体需求的时政类、漫画类、理财类期刊产品。在图书选题策划方面，图书产品线逐渐丰富，策划能力逐步加强。公司 2014 年全年图书选题总数为 3,292 种，无撤销选题。

（四）创新机制及具体安排

公司出版物选题及策划的创新能力是产品能否在市场中展现其自身魅力和价值的重要前提。公司近年来积极探索业务创新机制和制度安排，具体体现在：

1、发挥优势，特色鲜明。公司注意发挥自己的比较优势，着力挖掘富有特色的出版资源，传统的选题特色更加突出。以敦煌、丝路、民族文化等类选题为代表的地方历史文化类选题不但品种多，而且品位较高。

2、扬长避短，板块清晰。公司坚持基本的专业分工，走产品差异化发展之路，选题定位进一步清晰，内容分布进一步集中，彼此交叉、趋同现象较少。

3、注重实际，操作性较强。公司重视服务地方经济社会、文化教育发展类选题的开发，重视与党政机关和社会机构的合作，重视选题资源的再度开发利用，尽力提高选题的市场针对性和适用性，增强选题的可行性和实际效果。

4、面向市场，开拓创新。在发扬传统、保持稳健的同时，公司选题策划在一些特色领域不断开拓创新，如“读者童文馆丛书”和民族文字教辅出版等。

（五）知识产权保护情况

1、发行人持有的与《读者》有关的刊名、商标、商号

（1）持有的与《读者》有关的刊名

发行人与《读者》有关的刊名共有 6 项，分别为：《读者》《读者·原创版》《读者·乡土人文版》《读者欣赏》《读者·校园版》《读者·海外版》。发行人依法取得了原新闻出版总署或国家新闻出版广电总局颁发的期刊出版许可证，具体情况如下：

序号	证书编号	期刊	许可范围	发证机关	有效期至
1	甘期出证字第 010 号	《读者》	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
2	甘期出证字第 011 号	《读者·校园版》	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
3	甘期出证字第 012 号	《读者·原创版》	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
4	甘期出证字第	《读者欣	根据《出版管理条例》	原新闻出版	2018.12.31

	013 号	赏》	规定，准予该期刊出版	总署	
5	甘期出证字第 014 号	《读者·乡土人文版》	根据《出版管理条例》规定，准予该期刊出版	原新闻出版总署	2018.12.31
6	甘期出证字第 130 号	《读者·海外版》	准予《读者》（海外版）出版	国家新闻出版广电总局	2018.12.31

（2）持有的与《读者》有关的商标

发行人现持有与《读者》有关的商标 166 项，具体如下：

序号	商标图样	注册人	对应商标数量
1		发行人	44
2	READERS	发行人	5
3	DUZHE	发行人	46
4	读者	发行人	34
5	读者原创	发行人	4
6	读者 原创版	发行人	1
7	读者海外	发行人	6
8	读者海外版	发行人	1
9	读者欣赏 图片库	发行人	3
10	读者欣赏	发行人	6
11	DUZHEYUANCHUANGBAN	发行人	6
12		发行人	8
13	TASTE Reader's	发行人	2
合 计			166

上表所列 166 项商标均按照《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国商标法实施条例》等法律、法规申请注册，且未违反《中华人民共和国商标法》的规定。发行人已取得前述 166 项商标的《商标注册证》，合法持有该等商标。

（3）持有的与《读者》有关的商号

发行人按照《中华人民共和国公司登记管理条例》、《企业名称登记管理规定》等法律、法规申请注册，于 2009 年 12 月 18 日取得国家工商总局《企业名称预先核准通知书》，核准发行人公司名称为“读者出版传媒股份有限公司”，并于 2009 年 12 月 28 日取得甘肃省工商局核发的《企业法人营业执照》。发行人已合法取得包含其商号的企业名称，未违反法律禁止性规定。

2、发行人出版发行期刊图书与著作权保护

发行人的期刊内容主要来源于作者投稿、签约购买、转载、摘编等途径。针对作者投稿、签约购买获得的内容，发行人均按照相关标准或协议约定向作者支付报酬；针对转载、摘编作品（作者明确表示不可转载、摘编的除外），发行人主动与原作者联系支付稿酬，如无法联系原作者的，发行人提留相应的资金，待与作者取得联系后，支付给作者。为联系作者，发行人在期刊中印发“公告”，告知发行人对作品的使用情况，以便于作者向发行人索领报酬。

发行人采购图书出版内容时，与著作权人签订《图书出版合同》，取得作者的许可，且按照合同约定向作者支付报酬。

3、发行人知识产权保护情况

发行人以对图书、期刊版权及附属版权的监控、对商标权侵权行为的监督与控制、对作者资源和原创资源的管理、对选题策划和商业秘密的保密机制作为发行人对知识产权保护的重点。

发行人知识产权保护工作的具体措施体现在四个方面：

（1）重视对员工进行知识产权法律法规的培训和学习；

（2）出版业务部设有知识产权专员，专门负责公司日常经营过程中的知识产权保护事宜；

（3）制定了严格的出版合同管理、稿件约稿管理、稿费管理、侵权风险监控管理等制度；

（4）与近千名知名作家签约，签订了《著作权许可使用合同》，进一步规范了公司刊载内容的知识产权保护。

发行人律师认为，发行人合法持有有关刊号、商标、商号等无形资产，不存在侵犯他人权利情形，不存在法律纠纷或潜在法律纠纷；发行人期刊图书出版发行业务符合有关知识产权法律法规，不存在知识产权纠纷或潜在纠纷。

经核查，保荐机构认为，发行人在报告期内合法拥有现有的刊名、商标和商号，未因刊号、商标、商号引发仲裁、诉讼或行政处罚，不存在侵犯他人权利的情形，不存在有关法律纠纷或潜在纠纷。发行人出版发行期刊图书符合知识产权的相关规定，不存在知识产权纠纷或潜在纠纷。

七、境外业务

公司未在境外从事生产经营活动，未在境外拥有开展经营活动的分支机构及相关资产。

八、其他业务

报告期内，发行人的优势业务期刊业务受到数字出版迅速发展带来的挑战以及刊物内容同质化趋势日益严重导致的纸媒竞争加剧的冲击；教材教辅业务受到甘肃省内中小学生在校人数持续下降的不利影响，发行人除从事期刊、教材教辅和一般图书的出版发行业务之外，还根据新闻出版传媒行业的发展状况和自身经营的实际情况，选择与出版发行业务相关的上游纸浆与纸张等材料销售业务、以移动终端促进读者数字内容出版的电纸书、手机与平板电脑等数码产品销售和与公司出版内容有共通性的影视投资作为公司试探性业务尝试和经营的有益补充。

（一）材料销售

为控制规模和操作风险，发行人材料销售业务由用纸量占比大、且与纸厂、浆厂合作时间长的教材出版中心和《读者》杂志社负责开展。发行人采购纸浆、印刷用纸是基于其现有业务经营需要和了解向上游业务发展情况的基础上开展的。发行人对上述业务的开展采取了有效的控制措施，确保该项业务规模可控、资金汇款安全、资金使用有效。

1、采购印刷用纸的必要性

（1）统一印刷用纸，保证产品质量并降低采购成本

纸张为发行人主营业务期刊、教材及一般图书（含教辅）生产用主要原材料。其中，发行人主刊《读者》和教材用纸标准较高，对纸张亮度和平整度有较高要求，纸张的选择直接影响到产品的印刷质量和公司品牌。为了控制用纸标准，报告期内，发行人教材和《读者》用纸采用招标方式确定纸张供应商，并由公司统一采购，确保各印厂使用统一纸张进行印刷，确保期刊和教材的印刷品质。同时，发行人用纸量大，统一采购议价能力较强，通过招标纸张供应商，相应降低了纸张采购成本。

（2）部分纸张外销，增强资金使用效率

发行人采购期刊用纸用于《读者》的印制。教材采购用纸在满足自用之余，其余小部分以较好的质量和价格满足省内部分印厂的用纸需求，发行人在该部分纸张销售中获取收益。

（3）发行人《读者》用纸销售给印厂的原因

发行人通过招标的方式确定《读者》纸张供应商，并采用向印厂销售纸张的方式进行印制的原因为：《读者》用纸量大、印点分散，采用销售方式可以确保印厂使用招标的纸张，从而保证期刊质量；公司通过与各印厂核定每期期刊的印张数，并由公司区域经理定期、不定期监盘库存纸张，确保招标采购用纸专门用于《读者》的印制；另外，由于发行人与印厂签订的印制费含纸张费，发行人与印厂分别结算印制费和纸张费有助于印厂节约用纸，降低《读者》总体印制成本。

2、采购纸浆的必要性

（1）增强资金使用效率

发行人纸浆采购业务均为教材用纸业务衍生而来。报告期内，国内纸浆厂销售回款周期普遍较长，发行人具有一定的资金优势，付款及时，可以较优惠的价格购入纸浆，并以市场价销售给纸厂，以抵付应付纸厂的采购款，增强了资金使用效率并获得一定收益。

（2）及时了解纸浆价格波动从而调整采购策略

发行人主营业务用纸量大，纸张支出是发行人业务成本的重要部分，及时了解上游产品纸浆的价格波动从而调整采购策略是发行人控制成本支出的重要手段。发行人在多年的业务发展过程中，积累了合作关系紧密、信誉良好的业务伙

伴，利用资金优势，开展纸浆贸易风险可控。

3、发行人材料销售的业务模式和关于纸张、纸浆采购销售业务的经营规划

发行人材料销售业务包括纸浆销售和纸张销售。纸浆销售业务均为教材用纸业务衍生而来。发行人具有一定的资金优势，付款及时，可以较优惠的价格购入纸浆，并以市场价销售给纸厂，以抵付应付纸厂的采购款，增强了资金使用效率并获得一定收益。

纸张销售主要是《读者》招标采购用纸采用销售的方式用于《读者》的印制，以及教材教辅用纸在满足自用外，超额采购一部分以较好的质量和价格满足省内部分印厂的用纸需求。

发行人将继续执行《读者》及教材用纸的招标采购政策，确保《读者》和教材的用纸标准和印刷质量。发行人《读者》及教材用纸采购将与实际使用量匹配，在价格合适的情况下，考虑适当超额采购招标纸张对省内部分印刷厂销售，获取一定的经济利润。

发行人将继续控制纸浆采购业务的规模，以了解上游相关产品价格行情为主，在确保资金安全的前提下，选择长期合作的规模、信誉良好的纸浆厂和造纸厂开展纸浆贸易。

4、发行人期刊、图书所用纸张所需纸浆和造纸厂所需纸浆以及发行人期刊、图书所使用纸张和印刷厂所需纸张的一致性

报告期内，发行人采购纸张类型和发行人印刷《读者》及教材所用纸张类型的对应情况如下表所示：

采购纸张类型		印厂所用纸张类型	用途	主要供应商	主要使用印厂
《读者》用纸	55 克胶版	55 克胶版纸	正文	岳阳林纸股份有限公司	《读者》遍及全国的 20 家合作印刷厂
	80 克双铜纸	80 克双铜纸	插页	金光纸业（西安）有限公司	
	120 克铜版纸	120 克铜版纸	封面	山东华泰纸业股份有限公司	
教材	55 克书写纸	55 克书写纸	正文	山东华泰纸业股份有限公司	兰州新华印刷厂、甘肃新华印刷厂、
	70 克、80 克双	70 克、80 克	美术、音乐	中冶美利纸业股份有限公司、东营华泰清河实业有限公司、	

用纸	胶	双胶纸	教材正文	岳阳林纸股份有限公司、山东晨鸣纸业集团股份有限公司、潍坊恒联铜版纸有限公司、新疆博湖苇业股份有限公司	天水新华印刷厂
	105、128、157克铜版纸	105、128、157克铜版纸	封面	金光纸业（西安）有限公司	
教辅用纸	书写纸、轻型纸、双胶纸	书写纸、轻型纸、双胶纸、铜版纸	正文	山东晨鸣纸业销售有限公司、新疆博湖苇业股份有限公司、山东金蔡伦纸业有限公司、 山东标典纸业有限公司、东营华泰纸业有限公司	兰州新华印刷厂、甘肃天地印务有限公司 、兰州华峰印刷有限公司、甘肃澳翔印业公司、兰州德辉印刷有限责任公司

发行人采购《读者》用纸销售给遍布全国的合作印刷厂，全部用于《读者》的印制，发行人期刊使用纸张和印刷厂所需纸张不存在差异。

发行人采购中小学教材用纸后存放于发行人为合作印刷厂配套的纸库，并按照印制计划提供给合作印刷厂使用，因此，发行人教材使用纸张和印刷厂所需纸张一致。

报告期内，发行人采购纸浆类型和制造发行人教材用纸所需纸浆类型的对应情况如下表所示：

采购纸浆类型		购买纸浆纸厂	购买内容	用途	教材用纸供应商	教材用纸类型
教材用纸所用纸浆	小叶浆、木浆、苇浆、漂白针叶浆、漂白阔叶浆、MONDI桉木浆、芬亚桉木浆、高白木纤维、玉米淀粉	山东华泰纸业股份有限公司	玉米淀粉	制造书写纸、双胶纸和高级纸	山东华泰纸业股份有限公司	55克书写纸
		东营华泰清河实业有限公司	玉米淀粉、木浆、高白木纤维、小叶相思木浆		东营华泰清河实业有限公司	70克、80克双胶纸
		潍坊恒联铜版纸有限公司	木浆		潍坊恒联铜版纸有限公司	
		中冶美利纸业股份有限公司	苇浆、漂白针叶浆、漂白浆		中冶美利纸业股份有限公司	
		岳阳林纸股份有限公司	MONDI桉木浆、芬亚桉木浆		岳阳林纸股份有限公司	
		-	-		山东晨鸣纸业集团股份有限公司、新疆博湖苇业股份有限公司	
	--	--	--	--	金光纸业（西安）有限公司	105、128、157克铜版纸

发行人采购纸浆后销售给合作的教材用纸供应商东营华泰清河实业有限公

司、山东华泰纸业股份有限公司、山东晨鸣纸业集团股份有限公司等，上述纸厂向发行人购买的木浆、漂白浆和玉米淀粉（作为添加剂用于制造高级纸，同时减轻环境污染）等是其制造书写纸、双胶纸及高档纸的主要原材料，同时，上述纸厂向发行人提供 55 克书写纸、70 克和 80 克双胶纸供发行人教材的印制，因此，发行人教材用纸所需纸浆和造纸厂所需纸浆不存在大的差异，但造纸厂采购发行人纸浆所制造的纸张和供应发行人的纸张没有严格的对应关系。

5、纸张、纸浆采购量占销售产品耗用折算纸浆、印刷纸比重

发行人报告期内的纸张、纸浆采购及销售产品耗用折算纸浆、印刷纸的对比情况如下：

类别		项目	2014 年		2013 年		2012 年	
			数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
纸张	《读者》	期刊用纸采购	9,943.99	4,757.31	11,771.81	5,478.90	11,443.34	5,807.54
		期刊耗用折算	8,706.38	4,272.39	10,556.86	5,051.35	9,973.10	5,190.36
		期刊用纸占比	114.21%	111.35%	111.51%	108.46%	114.74%	111.89%
	教材	教材用纸采购	13,013.68	5,801.18	14,693.08	6,592.68	15,939.73	7,431.30
		教材耗用折算	10,452.34	4,584.64	11,204.60	4,905.54	11,726.77	5,388.58
		教材用纸占比	124.50%	126.54%	131.13%	134.39%	135.93%	137.91%
	教辅	教辅用纸采购	2,496.99	1,287.08	2,360.40	1,242.31	1,087.19	577.92
		教辅耗用折算	6,030.71	3,154.47	6,804.96	3,630.64	5,274.45	2,854.99
		教辅用纸占比	41.40%	40.80%	34.69%	34.22%	20.61%	20.24%
纸浆	--	纸浆采购	27,250.55	10,443.06	22,185.48	8,297.24	16,777.79	6,266.00
		教材耗用折算	--	--	--	--	--	--
		占比	--	--	--	--	--	--

报告期内，发行人采购期刊用纸全部用于《读者》的印制。《读者》用纸的采购按照 3 个月的印量备货，每年分 4 次采购，为保证生产的连续性，发行人全年的备货采购量比实际用量略高。

发行人教材用纸均为自行采购，由印刷厂附近的发行人自有纸库负责保管、派发。教材用纸除了大部分自用外，发行人将部分用纸以较好的质量和价格满足省内部分印厂的用纸需求，因此教材用纸的采购量高于实际用量。

发行人教辅用纸采购，主要销售给合作印厂使用，用于教辅的印制，采购量只占教辅实际用纸的小部分。

6、发行人纸浆、纸张销售情况

（1）发行人纸浆销售情况

年份	客户名称	产品名称	金额（万元）
2012年	岳阳林纸股份有限公司	MONDI 桉木浆	2,885.74
	中冶美利纸业股份有限公司	宝水针叶浆、苇浆	1,661.80
	东营华泰清河实业有限公司	木浆、玉米原淀粉	1,691.27
	潍坊恒联铜版纸有限公司	木浆	131.31
合计			**6,370.13**
2013年	湖北长江出版印刷物资有限公司	芬宝浆、银星浆	5,160.92
	东营华泰清河实业有限公司	高白木纤维	1,780.51
	湖南新时代财富投资实业有限公司	芬宝漂白针叶浆	864.22
	岳阳林纸股份有限公司	MONDI 桉木浆、芬亚桉木浆	139.44
	中冶美利纸业股份有限公司	苇浆板	355.56
	山东华泰纸业股份有限公司	玉米淀粉	124.77
合计			**8,425.42**
2014年	湖南新时代财富投资实业有限公司	银星浆、木浆	5,316.50
	湖北长江出版印刷物资有限公司	芬宝浆	1,913.97
	东营华泰清河实业有限公司	玉米淀粉、木浆	1,046.77
	中冶美利纸业股份有限公司	苇浆板、漂白针叶浆、漂白阔杂浆	1,366.40
	安徽华泰林浆纸有限公司	漂白阔叶浆	684.65
	山东华泰纸业股份有限公司	玉米淀粉	300.13
合计			**10,627.88**

报告期内，发行人纸浆销售长期合作的客户有销售为东营华泰清河实业有限公司、中冶美利纸业股份有限公司、山东华泰纸业股份有限公司和岳阳林纸股份有限公司等纸张供应商。另外，因纸浆销售属贸易性质，除销售给发行人合作的纸厂外，也销售给湖北长江出版印刷物资有限公司、湖南新时代财富投资实业有限公司等贸易公司。

（2）发行人纸张销售主要客户情况

年份	主要客户名称	产品名称	金额（万元）	占比
2012年	《读者》用纸销售，对应的20家印厂	胶版纸、双铜纸	5,190.36	59.98%
	陕西宏鑫印刷物资有限公司	胶版纸	284	3.28%
	天水新华印刷厂	胶版纸、铜版纸	277.15	3.20%
	甘肃新华印刷厂	胶版纸	270.57	3.13%
	兰州秦兴纸业有限公司	胶版纸、铜版纸	263.54	3.05%
	甘肃高校振兴印务有限公司	胶版纸	256.61	2.97%
合计			**6,542.22**	**75.60%**
2013年	《读者》用纸销售，对应的20家印厂	胶版纸、双铜纸	6,472.75	66.38%
	甘肃天地印务有限责任公司	胶版纸	648.67	6.65%
	天水新华印刷厂	胶版纸、铜版纸	274.59	2.82%
	兰州新华印刷厂	胶版纸、铜版纸	265.45	2.72%
	甘肃新天地文化发展有限公司	双胶纸	236.75	2.43%
	兰州新文印刷有限责任公司	胶版纸	210.98	2.16%
合计			**8,109.19**	**83.17%**
2014年	《读者》用纸销售，对应的20家印厂	胶版纸、双铜纸	4,272.39	64.96%
	甘肃天地印务有限责任公司	胶版纸	447.19	6.80%
	天水新华印刷厂	胶版纸、铜版纸	409.05	6.22%
	兰州秦兴纸业有限公司	铜版纸	326.53	4.96%
	甘肃秦兴印刷物资有限公司	胶版纸、铜版纸	202.61	3.08%
	甘肃欧亚印刷有限责任公司	胶版、铜版纸	177.45	2.70%
合计			**5,835.23**	**88.72%**

发行人每年采购《读者》用纸四次，备纸量约为每年总用量的四分之一。2012年总用量为5,190.36万元，备纸量约为1,300.00万元左右。2011年底及2102年，公司按照生产计划为2012年和2013年的《读者》印刷备纸较多，2012年期末余额1,752.64万元，2013年采购5,478.90万元（当期实际用量为5,051.35万元），由于2013年《读者》印量下滑5.5%，且纸张市场价格持续小幅下跌，同时备纸计划由公司与印厂共同制定，公司为减少存货占款，避免损失，将其中超过2013年当期实际用量的库存纸张1,421.4万元（约为计划的2014年1-3月用纸量，占当期使用金额的28.14%）销售给印厂分担消化，导致2013年《读者》用纸销售金额较2012年增幅较大。2014年以来，公司严格按照3个月的使用周期，更加精确制定拟采购计划，保持合理备用量，未发生备纸过多导致采购形成当期库存占比过高的情形。

7、发行人纸浆、纸张销售毛利额、毛利率和变动情况

报告期内，发行人纸浆、纸张销售收入及毛利情况见下表：

单位：万元

品种	项目	类型	2014 年度	2013 年度	2012 年度
材料销售	材料销售	-	17,205.32	18,176.10	15,023.99
	材料销售成本	-	16,774.25	17,825.84	14,883.21
	销售毛利	-	431.07	350.26	140.78
	毛利率	-	2.51%	1.93%	0.94%
1、纸浆	纸浆销售收入	对外销售	10,627.88	8,425.42	6,370.13
	销售成本	对外销售	10,443.06	8,297.24	6,266.00
	销售毛利	对外销售	184.82	128.18	104.12
	毛利率	对外销售	1.74%	1.52%	1.63%
2、纸张	纸张销售收入	用于《读者》	4,272.39	6,472.75	5,190.36
		对外销售	2,305.05	3,277.93	3,463.51
		小计	6,577.44	9,750.68	8,653.87
	纸张销售成本	用于《读者》	4,112.09	6,393.51	5,104.69
		对外销售	2,219.10	3,135.10	3,512.52
		小计	6,331.19	9,528.61	8,617.21
	销售毛利	用于《读者》	160.3	79.24	85.67
		对外销售	85.95	142.83	-49.01
		小计	246.25	222.08	36.66
	毛利率	用于《读者》	3.75%	1.22%	1.65%
		对外销售	3.73%	4.36%	-1.42%
		小计	3.75%	2.28%	0.42%

报告期内，发行人纸浆、纸张销售保持微利，其中纸浆因贸易性质，交易金额大，毛利率较低；纸张销售为招标后采购，成本控制较好，因而毛利率稍高；报告期内因采购成本变动，纸张实现的销售毛利有一定的波动；2012 年纸张对外销售微亏的原因是当期纸张市场价格下降较快，出售价格低于采购价格，用于《读者》的销售因分批次采购，总体保持微利。总体而言，发行人报告期内纸浆、纸张销售盈利较少，对发行人净利润影响较小。

8、发行人销售纸浆、纸张结算方式

发行人因业务性质的不同，对销售纸浆和销售纸张采取的结算方式亦不相同：

（1）销售纸浆结算方式

发行人销售纸浆给其纸张供应商如东营华泰清河实业有限公司、山东华泰纸

业股份有限公司、岳阳林纸股份有限公司、中冶美利纸业股份有限公司和潍坊恒联铜版纸有限公司采用应付、应收相抵的结算方式；

（2）销售纸张结算方式

发行人大部分销售纸张是对其《读者》合作印厂，因合作印厂遍布全国各地，发行人无法为每家印厂配备专门纸库，因此采用向其销售的方式。印刷厂收到邮局每期期刊款后，扣除印制费（含纸张费）后将剩余款项付给发行人。因纸张供应 3 个月以上的用量，纸张销售款也按照印刷厂约 3 个月的使用量结算，因结算时间不同，未采用净额结算。另外，由于发行人与印刷厂签订的印制费含纸张费，发行人与印刷厂分别结算印制费和纸张费有助于印刷厂节约用纸，降低总体印制成本。

9、发行人销售纸浆、纸张流转税税务处理情况

发行人销售纸浆、纸张全额计算增值税进项税和销项税，缴纳增值税。

（二）数码产品销售

发行人数码产品业务由子公司读者数码负责开展。报告期内，发行人除了定制、销售“读者”品牌数码产品外，还根据市场情况向供应商定制其他品牌数码产品以贸易的形式批发给数码产品销售商。

1、发行人开展读者电纸书、读者手机业务的必要性，人员和技术储备、业务规划和市场前景

(1)开展该项业务的必要性

①媒体融合趋势和数字出版业务快速发展的需要

近年来，全球数字出版产业发展势头迅猛。传统出版与数字出版的融合不断深入，数字终端不断有新的突破，数字出版内容平台建设多样化特征明显，移动互联网已经上升为主要传播渠道。2013 年初，国家新闻出版广电总局设立，伴随着管理体制的融合，新媒体传播业态间的融合发展趋势明显提速。传统新闻出版单位是我国文化产业的主力军和重要支柱，加快数字出版转型的速度与质量，也决定了传统出版单位未来的市场地位。

②“内容平台+智能终端”的商业模式的要求

发行人自 2010 年设立读者数码以来，一直按照 “内容+平台+终端”的商业模式构建数字出版生态圈。目前“云图书馆”（内容平台）基础架构已经建设完毕，截止 2014 年末，共签约图书、期刊版权 1 万余部，基于移动终端的 APP 等客户端程序将在 2015 年在安卓、ios 等平台陆续上线。自 2010 年以来，根据移动终端技术和产品的升级，发行人适时研发、推出先后委托生产了 4 代电纸书和平板电脑，2 类型号的读者智能手机，该终端产品内部均嵌入了加密的《读者》30 年内容，满足消费者的阅读需求。同时随着终端的销售，将不断产生新的平台潜在客户，为未来进一步提升客户黏性、挖掘客户衍生价值提供了支持。

（2）与其他单位合作开发、人员和技术储备、业务规划

①与其他单位合作开发的情况及研发费用的资本化情况

报告期内，发行人数码产品采用向厂商定制采购后向市场直销的运营模式。公司自主品牌的数码产品嵌入“读者”系列数字内容，通过市场推广，带动“读者”系列内容的数字出版。

A、数码产品定制情况

类 别	型 号	厂商名称
电纸书	DZ60A	深圳市欣博阅科技有限公司
	DZ60B DZ60C	协创立科数码电子（深圳）有限公司
	DZ60C DZ70A	深圳市聚人科技有限公司
平板电脑	DZ701 DZ702 DZ100 DZ101	
	DZ700	深圳市五洋洲科技有限公司
	DZ800	深圳聚宝石科技有限公司
	DM-7G QI-8E(贸易型号)	深圳市云汇数码科技有限公司
手机	i800 i803 x130w x130v FWS800(贸易型号)	上海斐讯数据通信技术有限公司

B、定制协议的内容

发行人数码产品的定制主要以采购合同确认数码产品的具体型号、配置。采购合同约定采购的数码产品的型号、数量、采购单价和运输方式及违约责任等内容。

C、研发费用的会计处理

2012 年 8 月，公司与上海斐讯数据通讯技术有限公司合作技术开发，实现将原有的阅读格式在手机系统中嵌入升级，并连接公司的加密软件。该技术使得

公司现有“读者”数字内容均能采用数字出版技术 Epub3 建成稳定的智能传感数字产品。

2012 年 8 月和 2012 年 10 月，公司向上海斐讯数据通讯技术有限公司支付两笔技术开发费，金额分别为 104 万和 36.1 万元，全部计入销售费用。

②人才队伍和技术储备建设

发行人拥有甘肃省数字出版工程研究中心、发行人与兰州理工大学、兰州文理学院等大学共建校企合作平台，通过强化学生职业技能培养，建立长期的人力资源供需协作关系，保障公司人才储备及用工需要。发行人已经建成以外聘专家团队+自有中高端业务领军人才+基础研发队伍的人才队伍。

发行人是国家数字出版标准委员会成员单位，是国家电纸书内容通用标准组的副组长单位，首批获得了国家电纸书出版资质、电纸书总发行资质和电纸书总复制资质，取得 3 项软件著作权，具有满足开展业务的技术力量。

③业务规划

数字出版领域的技术更迭和盈利模式发展速度极快，随着移动互联网技术的推进，各种移动终端硬件形式不断变化，在数字阅读领域，从电纸书（电子阅读器）、手机、平板（智能终端）到智能可穿戴设备，技术变化速度不断加快。

发行人围绕“内容+平台+终端”的数字出版发展战略，不断提升数据加工产能和效率、围绕内容平台“云图书馆”研发自有网络出版系统和客户端程序；在移动终端领域，发行人一方面认真研究产业趋势，加快研发速度，不断推出新的终端产品，一方面加大力气推动移动终端的销售，加快终端市场的布局。

（3）市场前景

根据《中国出版年鉴 2014》，2012 年，我国数字出版全年收入规模达到 1,935.49 亿元，较 2011 年增长 40.47%，电纸书、互联网期刊、数字出版的营业收入增长 52.6%。数字出版是未来的大势所趋，目前智能终端占据了较大的市场，平民化、高性价比的智能终端产品市场不断扩大，2013 年国产智能终端已经占据了较大的市场份额，市场前景良好。

2、报告期内，发行人数码产品读者手机、平板电脑、电纸书的进销存情况

报告期内，发行人数码产品业务主要包括两部分，一是由子公司读者数码定制并销售的“读者”品牌电纸书、手机及平板电脑等数字阅读终端（该部分销售数量包含在“业务与技术”章节披露的新媒体统计数据中）；另一方面，读者数码也根据市场行情，经销其他品牌的手机、平板电脑等电子产品。发行人经营“读者”品牌和其他电子产品贸易全部包含在“新媒体及其他”业务收入。

（1）数码产品的采购、销售和期末结存情况

报告期内，公司数码产品的采购、销售和期末结存情况如下：

项目	采购			销售结转			期末结存		
	数量(台)	金额（万元）	单价（元）	数量(台)	金额（万元）	单价（元）	数量(台)	金额（万元）	单价（元）
2012 年度									
读者手机	1,434	130.25	908.33	599	45.03	751.69	835	85.23	1,020.70
读者平板	3,082	206.09	668.71	1,730	110.48	638.60	1,768	117.13	662.49
读者电纸书	5,224	322.83	617.98	5,001	323.72	647.31	3,832	276.95	722.73
小 计	9,740	659.18	676.78	7,330	479.23	653.79	6,435	479.31	744.84
非“读者”品牌手机	16,000	1,285.47	803.42	16,000	1,285.47	803.42	—	—	—
其他产品	201	114.14	5,678.49	164	102.27	6,235.69	43	13.37	3,110.44
合 计	**25,941**	**2,058.79**	**793.64**	**23,494**	**1,866.96**	**794.65**	**6,478**	**492.68**	**760.55**
2013 年度									
读者手机	3,522	209.47	594.74	1,634	108.86	666.24	2,723	185.83	682.45
读者平板	1,500	86.06	573.76	1,561	83.52	535.06	1,707	119.67	701.05
读者电纸书	520	45.50	875.00	1,501	87.78	584.84	2,851	234.67	823.10
小 计	5,542	341.03	615.36	4,696	280.17	596.62	7,281	540.17	741.89
非“读者”品牌手机	102，300	8,166.03	798.24	102，300	8,166.03	798.24	—	—	—
其他产品	81,865	108.66	13.27	3,247	60.27	185.61	78,661	61.77	7.85
合 计	189,707	8,615.72	454.16	110,243	8,506.47	771.61	85,942	601.94	70.04

2014 年度									
读者手机	607	42.06	692.85	915	63.51	694.10	2,415	164.38	680.65
读者平板	2,000	137.44	687.21	1,554	100.44	646.31	2,153	156.67	727.70
读者电纸书	—	—	—	446	31.02	695.61	2,405	203.64	846.74
小 计	2,067	179.50	688.52	2,915	194.97	668.86	6,973	524.69	752.46
非“读者”品牌手机	18,000	1,423.08	790.60	18,000	1,423.08	790.60	—	—	—
非“读者”平板电脑	57,439	1,920.43	334.34	38,000	1,324.98	348.68	19,439	595.44	306.31
其他产品	4,769	42.20	88.50	4,498	5.32	11.82	78,932	98.66	12.50
合 计	**82,815**	**3,565.21**	**430.50**	**63,413**	**2,948.35**	**464.94**	**105,344**	**1,218.79**	**115.70**

注 1：销售结转金额是指结转成本的金额，相应的单价为结转成本计算的单位价格。

注 2：表中其他产品是指数码产品零配件，包括电源、保护膜、保护套和教学电子白板等。

报告期内，公司从事非读者品牌数码产品贸易情况如下：

项目	2012 年	2013 年	2014 年
主要客户	安徽高杰斯商贸有限公司	上海靓讯工贸有限公司 上海纽合朴网络技术有限公司	上海靓讯工贸有限公司 越普国际有限公司
产品种类	手机	手机	手机、平板电脑
销售数量	16,000 台	102,300 台	18,000/38,000 台
销售金额	1,299.15 万元	8,351.57 万元	1,458.46/1,329.62 万元

（2）公司数码产品的主要客户及销售额

发行人子公司读者数码专门从事数码产品经营业务。报告期内，数码产品主要销售客户、销售金额情况如下表所示：

①手机业务

年度	序号	客户名称	销售额（元）	占比
2014 年	1	上海靓讯工贸有限公司	14,584,615.38	97.50%
	2	苏扬	40,170.94	0.27%
	3	蔡慧	28,205.13	0.19%
	4	烟台智联科技有限公司	17,094.02	0.11%
	5	甘肃省环境评估中心	12,991.45	0.09%
	合计		**14,683,076.92**	**98.16%**
2013 年	1	上海靓讯工贸有限公司	48,443,589.70	57.19%
	2	上海纽合朴网络技术有限公司	35,072,136.65	41.40%
	3	厦门品橙网络科技有限公司	363,247.89	0.43%
	4	河南省新华书店发行集团有限公司	72,649.57	0.09%
	5	上海智桀物联网络科技有限公司	48,717.95	0.06%
	合计		**84,000,341.76**	**99.16%**
2012 年	1	安徽高杰斯商贸有限公司	12,991,452.94	96.66%
	2	厦门品橙网络科技有限公司	363,247.86	2.70%
	3	北京道成嘉会信息咨询有限公司	24,359.10	0.18%
	4	甘肃省政研会	18,784.62	0.14%
	5	甘肃省委宣传部	8,546.15	0.06%

	合计	**13,406,390.67**	**99.74%**

发行人手机业务采用批发和零售的直销方式，2012 年至 2014 年发行人手机销售主要批发给安徽高杰斯商贸有限公司、上海纽合朴网络技术有限公司和上海靓讯工贸有限公司。因批发客户按照自身经营情况采购需求有所不同，报告期内批发客户的采购量差异较大；其他客户采购量小。2013 年手机销售业务增长幅度较大，主要是当期批发给上海纽合朴网络技术有限公司和上海靓讯工贸有限公司的贸易性质的手机达到 8,351.57 万元，大幅增长所致。

②平板电脑

年度	序号	客户名称	销售额（元）	占比
2014 年	1	越普国际有限公司	13,296,185.14	92.66%
	2	苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心	203,437.85	1.42%
	3	南通人民工贸有限公司	46,239.32	0.32%
	4	甘肃中胜光电科技有限公司	24,991.45	0.17%
	5	公路网	16,324.79	0.11%
	合计		**13,587,178.55**	**94.69%**
2013 年	1	甘肃省机关事务管理局	147,384.62	12.17%
	2	兰州嘉恒电器有限公司	114,468.39	9.45%
	3	青海省安全生产科学技术中心	47,863.25	3.95%
	4	郑州市圣坤贸易有限公司	41,025.64	3.39%
	5	兰州天科建设机械有限公司	26,153.85	2.16%
	合计		**376,895.75**	**31.12%**
2012 年	1	中国兰州投资贸易洽谈会办公室	91,999.99	5.69%
	2	甘肃硕博文化传播有限公司	73,930.77	4.57%
	3	甘肃阳光大酒店有限公司	56,837.61	3.51%
	4	太原市卓识商贸有限公司	41,282.05	2.55%
	5	甘肃省政府办公厅	38,547.00	2.38%
	合计		**302,597.42**	**18.71%**

报告期内，读者数码平板电脑主要采用零售与批发方式销售。2014 年贸易性平板电脑批发越普国际有限公司，该公司将该产品销往香港，报告期内其他客户采购量小。

③电纸书

年度	序号	客户名称	销售额（元	占比
2014 年	1	何园	84,293.16	22.16%
	2	宁卧庄宾馆	72,094.02	18.96%
	3	深圳卡格尔数码科技有限公司	50,170.93	13.19%
	4	甘肃省人民政府法制办	20,307.69	5.34%
	5	甘肃森泰农林科技有限公司	20,000.01	5.26%
	合计		**246,865.81**	**64.91%**
2013 年	1	甘肃重邦置业有限责任公司	220,512.82	19.50%
	2	中信银行兰州分行	157,264.96	13.90%
	3	兰州嘉恒电器有限公司	137,643.57	12.17%
	4	兰州兰石国民油井石油工程有限公司	102,564.10	9.07%
	5	中核兰州铀浓缩有限公司	84,957.27	7.51%
	合计		**702,942.72**	**62.15%**
2012 年	1	腾达西北铁合金有限责任公司	395,769.22	9.33%
	2	读者出版集团有限公司	285,384.62	6.73%
	3	甘肃省政府驻京办事处	239,316.25	5.64%
	4	甘肃阳光大酒店有限公司	116,666.67	2.75%
	5	农发行甘肃省分行营业部	111,538.46	2.63%
	合计		**1,148,675.22**	**27.09%**

报告期内，读者数码电纸书主要采用零售方式销售，客户为数码电子销售公司及各企事业单位，客户分布比较分散。

3、发行人数码产品的退换货情况

公司的数码产品通过零售和批发进行直接销售，退换货较少。报告期内，公司数码产品退换货情况如下：

年份	产品种类	数量（台）	金额（万元）	占比
2012 年度	读者电纸书	628	58.06	13.69%
2013 年度	读者电纸书	24	1.41	1.25%
	读者平板	24	3.16	2.61%
	读者手机	34	2.58	2.16%
合计	—	82	7.15	2.02%
2014 年度	读者平板	9	0.79	0.75%
	读者手机	16	0.79	2.12%
合计	—	25	1.58	1.11%

公司销售的数码产品退货全部为自并有品牌产品，做了红字冲销售收入账务处理；报告期内非自有品牌数码产品贸易部分，无退换货情形。

（三）影视投资

发行人影视投资业务由读者传媒总部配备专业投资团队负责开展。

1、发行人开展影视投资的原因

适应媒体融合的行业发展趋势，发行人根据自身特点和对产业发展方向的判断，抓住数字传媒转型契机，构建以内容为中心的“一种资源、多种形态、多个平台、多次发布”的产品链，充分挖掘内容产业的增值潜力。随着消费者消费习惯的变化和消费能力的提升，动漫、影视成为内容产业重要的表现形式，行业发展较快，具有较大的市场空间。由于同为内容产业，具有一定的共通性，因此出版企业近几年在影视领域涉足较多。

报告期内，发行人通过寻找影视行业的优秀企业合作，主要以投资方式介入影视剧的制作业务，一方面获得市场影响和投资收益，另一方面积极了解影视行业发展情况，寻找新的商业机会。

发行人在详细了解合作方的行业地位、专业能力和财务状况，并按照如下原则确定投资项目和规模：（1）大部分固定回报、少部分收益共享的投资方式，确保投资回报周期可控；（2）投资收益安全相对较高的电视剧产品，确保投资风险可控；（3）每年适度增加投资规模，分享行业增长红利;（4）依照合作方年度生产计划和融资计划，确定拟参拍的项目，按照投资额度权限，提交公司决策机构审议通过后实施。

2、报告期各影视投资项目投资额、影视播放收入、投资协议中权益相关条款、实际回报情况

报告期内，发行人各影视投资项目的具体情况如下表所示：

项目名称	决策会议	权益条款	实际回报额（万元）
广州十三行	2012年9月12日董事	2012月9月13日公司与浙江唐德影视股份有限公司（以下简称“唐德影视”）签订合同，联合投资摄制电视剧《广州十三行》，公司投资比例为20%，唐德影视投资比例为80%。双方按照投资比例共同享有该剧在全球范围内的永久著作权。该剧收入分配顺序如下：	投资1,000万元；剧本修改中，尚未开始拍摄。

	长办公会	1.唐德影视提取 15%的发行宣传费用； 2.唐德影视垫付的维权费用； 3.扣除上述两项费用及该剧制作成本后的净利润，优先支付给制作团队净利润的 10%作为提成，并支付给唐德影视净利润的 15%作为提成； 4.双方书面同意的其他费用； 5.扣除以上 4 项费用后的净收益，唐德影视和公司按实际投资比例进行分配。	
天伦		2012 月 9 月 13 日公司与唐德影视签订合同，联合投资摄制电视剧《天伦》，公司投资比例为 33.33%，浙江唐德投资比例为 66.67%。1.公司的投资按照年化收益率 15%（税前）计算。在公司将投资款汇入指定账户 15 个月内，《天伦》在中国大陆地区的合计单集发行收入超过 200 万元，则公司获得的年投资收益按照 20%（税前）进行计算。 2.在公司对《天伦》的投资满 15 个月之日，无论《天伦》是否获得发行许可证、有无发行或有无发行收益，唐德影视都将公司的投资本金及投资额按照年化 15%（税前）的投资收益返还给公司。 3.公司收到全部投资款和投资收益后，不再享有《天伦》的其他经济收益。	投资 1,000 万元，投资回报 187.50 万元
定远舰上的男人们		2012 月 9 月 13 日公司与唐德影视签订合同，联合投资摄制电视剧《定远舰上的男人们》，公司投资比例为 20.83%，浙江唐德投资比例为 79.16%。收益条款如下： 1.公司的投资按照年化收益率 15%（税前）计算。在公司将投资款汇入指定账户 15 个月内，《定远舰上的男人们》在中国大陆地区的合计单集发行收入超过 300 万元，则公司获得的年投资收益按照 20%（税前）进行计算。 2..在公司对《定远舰上的男人们》的投资满 15 个月之日，无论该剧是否获得发行许可证、有无发行或有无发行收益，唐德影视都将公司的投资本金及投资额按照年化 15%（税前）的投资收益返还给公司。 3.公司收到全部投资款和投资收益后，不再享有《定远舰上的男人们》的其他经济收益。	投资 1,000 万元，投资回报 187.50 万元
爱情万万岁	2013 年 5 月 21 日二届四次董事会	2013 月 5 月 21 日公司与唐德影视签订合同，联合投资摄制电视剧《武则天》《恋恋不忘》《爱情万万岁》《孔雀公主》。 1.在投资满 18 个月之日，公司有权按照投资本金及投资额年化 15%（税前）获得投资收益。 2.公司的投资款及投资收益在公司将投资款汇入指定账户 18 个月内进行结算。 3.公司在收到投资款及投资收益后，不再享有电视剧的任何版权及其他经济收益。	投资 1,000 万元，投资回报 180.42 万元
恋恋不忘			投资 1,000 万元，投资回报 180.42 万元
武则天			投资 2,000 万元，投资回报 436.67 万元
孔雀公主			投资 1,000 万元，投资回报 218.33 万元

截至本反馈意见回复之日，《广州十三行》已完成电视剧拍摄制作备案公示，该剧剧本正在修改过程中，唐德影视 2015 年 4 月出具说明：截至说明出具之日，不存在由于剧本在题材、内容等方面与国家现有政策相抵触等导致该剧无法拍摄

的因素，将继续履行上述合同。

九、公司产品质量控制

（一）质量控制标准

公司严格按照《图书质量管理规定》《图书质量保障体系》《书报刊印刷优质产品条件》《中小学教科书用纸、印制质量标准和检验方法》等相关规定组织公司出版物的出版、印刷、发行等生产工作。

公司结合公司业务的实际情况，制定并完善了公司出版物编校质量控制制度，并由公司出版业务部负责组织实施，严格对公司出版物的选题、策划、内容、编校、出版、印刷、发行等环节进行质量检测和评价。公司制定的主要质量控制制度包括：《出版物编校质量检查办法》《重点选题管理暂行办法》《重点选题管理暂行办法补充规定》《书刊编校质量检查考核办法》《书、刊编校质量检查办法、审读报酬及发放标准》《关于申报选题的暂行办法》等。

（二）质量控制措施

1、质检范围

本公司出版的图书、期刊（含增刊、特刊），图书选题申报材料。

2、质检程序

出版业务部和质量管理人员、出版单位代表共同在符合规定的范围内，从出版书（刊）目表或样书（刊）中随机抽取受检样本；不符合规定的，重新抽取。质检小组审核质检记录表，对存在的问题做必要校正和统一；对初检差错率高于0.05‰的书刊和初检存在问题较多的书刊，质检小组指定专家进行复检，并确定受检书刊的差错率和质量等级。差错的具体计算方法参照新闻出版总署《图书编校质量差错率计算方法》记错，并将结果通知公司所属各出版单位。

3、选题申报材料质检

图书选题申报材料每年度检查 2～3 期，其中一期为年度选题申报材料。差错率以每次申报选题的总字数为基数计算，每次申报选题为一个计算单元（视为一本书），按实有字数核定差错率。公司选题申报材料中出现的编校差错，依照

《图书编校质量差错率计算方法》记错，选题申报材料编校质量纳入各单位年度编校质量总体考核中，并规定了相应的奖罚措施。

（三）产品质量纠纷

本公司通过有效的质量控制制度安排和严格的质量控制检查措施，不断加强并改进质量控制手段，以确保消费者的满意度。公司成立至今，未发生因生产的产品或提供的服务存在质量问题而导致重大纠纷、诉讼或仲裁的情形。

第七节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争

（一）公司与控股股东的同业竞争情况

截止本招股说明书签署日，控股股东读者集团已将其拥有的出版发行整体经营性业务投入本公司。目前，读者集团主要从事股权投资与管理、实业投资、物业服务、租赁、酒店管理等业务，与本公司之间不存在同业竞争。

（二）公司与控股股东控制的其他企业的同业竞争情况

公司控股股东控制的其他企业为甘肃人民出版发行部，主要从事货物存储、房屋及场地租赁，与本公司不存在同业竞争。

（三）公司与控股股东参股的其他企业的同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，读者集团分别持有甘肃银行股份有限公司 2.87%股权和西南图书公司 2.78%股权。西南图书公司的营业范围为：销售文教用品、工艺美术品，销售图书，其不具有出版资质和图书总发行资质，只具有二级图书发行资质。经保荐机构实地走访核查，西南图书公司多年未能正常经营，目前主要从事图书大厦租赁、物业管理业务，不再从事图书发行业务。因此，控股股东参股的其他企业与本公司不存在同业竞争。

（四）公司与其他持股 5%以上股东的同业竞争情况

其他持有公司 5%以上的股东为光大资本。光大资本的营业范围为股权投资、投资咨询业务，并且光大资本已承诺确认，其目前不存在、将来也不会从事与公司构成同业竞争的业务，且将来不会利用股东的地位从事任何有损于公司的生产经营活动。因此，其他持股 5%以上股东与本公司不存在同业竞争。

（五）读者集团有关避免同业竞争的具体措施

自发行人设立以来，读者集团为避免同业竞争，陆续将其持有的泰山传媒、天津新媒体、人民社权益转让至发行人，并停止下属单位发行部的图书发行业务，

上交图书出版资质，变更了发行部的经营范围。读者集团自发行人设立以来未从事任何与发行人产生同业竞争的业务。

读者集团已申报主管部门划出所持西南图书公司2.78%权益，该权益划转已得到读者集团相关主管部门的批准，权益划转不存在法律障碍。

发行人律师认为，读者集团拥有发行部、持有西南图书公司 2.78%权益不会与发行人形成同业竞争或潜在同业竞争，且读者集团已经采取有效措施避免发生同业竞争

经核查，保荐机构认为，发行人设立时，发行部及西南图书公司已不从事图书发行业务，因此读者集团未将发行部和持有的西南图书2.78%的股权投入发行人。读者集团及下属单位发行部在经营范围、实际从事业务方面均与发行人不构成同业竞争，读者集团持有西南图书2.78%的股权因西南图书公司已不实际从事图书发行业务不存在同业竞争情形。此外，读者集团已经采取有效措施避免与发行人产生同业竞争或潜在的同业竞争。

（六）控股股东及其他持股 5%以上的股东作出的避免同业竞争的承诺

为避免潜在的同业竞争，本公司控股股东读者集团及持股 5%以上的股东光大资本于 2013 年 1 月 25 日向本公司出具了《关于避免与读者出版传媒股份有限公司同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

1、截至本承诺函出具日，承诺人及承诺人控制的其他企业或组织不存在与读者传媒及其控股子公司相竞争的业务。

2、在承诺人作为读者传媒控股股东/持股 5%以上的主要股东期间，承诺人及承诺人控制的其他企业或组织将不在中国境内外以任何形式从事与读者传媒及其控股子公司、分支机构现有业务构成直接竞争的业务，包括在中国境内外投资、收购、兼并与读者传媒及其控股子公司、分支机构现有业务构成或可能构成竞争的公司或者其他经济组织。

3、在承诺人作为读者传媒控股股东/持股 5%以上的主要股东期间，若读者传媒今后从事新的业务领域，则承诺人及承诺人控制的其他公司或组织将不在中国境内外以控股或以参股但拥有实质控制权的方式从事与读者传媒新业务构成

直接竞争的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并与读者传媒及其控股子公司、分支机构今后从事新业务构成或可能构成竞争的公司或者其他经济组织。

4、在承诺人作为读者传媒控股股东/持股 5%以上的主要股东期间，若读者传媒认为承诺人及承诺人控制的其他公司或组织出现与读者传媒构成直接竞争的经营业务情况时，承诺人同意终止该业务，如读者传媒认为该业务有利于其发展，其有权采取优先收购或委托经营的方式将相竞争的业务集中到读者传媒经营。

5、承诺人承诺不以读者传媒控股股东/持股 5%以上的主要股东的地位谋求不正当利益，进而损害读者传媒其他股东的利益。如因承诺人及承诺人控制的其他公司或组织违反上述声明与承诺而导致读者传媒的权益受到损害的，承诺人同意向读者传媒承担相应的损害赔偿责任。

二、关联方和关联关系

根据《公司法》、财政部《企业会计准则第 36 号—关联方披露》（财会[2006]3 号）等法律、法规和规范性文件的规定，发行人关联方包括：

序号	关联方	关联关系
1	读者集团	控股股东
2	光大资本	持股 5%以上的股东
3	甘肃人民出版发行部	控股股东控制的其他企业
4	读者天地、读者新媒体、人民社有限、飞天音像、读者数码、读者动漫、旺财传媒、读者文化、华夏理财、文艺社有限、教育社有限、少儿社有限、民族社有限、科技社有限、美术社有限、天元文化、读者传播	子公司
5	泰山传媒、新星出版	公司参股公司、发行人关联自然人担任其董事
6	甘肃艺百文化科技有限公司、甘肃深蓝文化发展有限公司、广州市白纸黑字传媒有限公司、北京华夏时报传媒广告有限公司	分别为控股子公司读者动漫、读者数码、读者文化、旺财传媒的少数股东，公司的合营方

7	吉西平、彭长城、徐生旺、董有山、陈泽奎、马永强、王卫平、唐克、张晨、陈海平、李宗义、陈芳平、刘立、曾乐虎、赵金、郭平、宁恢	公司及控股股东现任董事、监事和高级管理人员

三、关联交易情况

（一）经常性关联交易情况

报告期内，本公司与控股股东及其控制企业存在物资采购、房屋车辆租赁等日常性关联交易，该等关联交易是公司日常经营管理活动所必要的，关联交易价格和取费遵循公允性原则，未损害非关联股东的合法权益。

1、从关联方采购商品和接受劳务

2013 年公司根据实际经营需要，向读者集团采购纸张 290.10 万元。2013 年，因纸张市场价格下降幅度较大，读者集团对库存纸张计提了减值并报批上级主管部门进行了核销，发行人按照纸张减值后的价格，向读者集团采购了其中品质良好的纸张。由于纸张库龄较长，销售价格相比市场价格有一定的折让，不同类型纸张折让幅度在 5-20%之间。

读者集团向发行人销售库存纸张是因为原为人民社配套保留的印刷用纸因人民社改制并入发行人后无实际用途，为避免开展纸张销售与发行人产生同业竞争，读者集团按照成本价格并参考市场价格转让给发行人。该项交易价格综合考虑了纸张成本、纸张质量和市场价格，定价公允。

2、向关联方租赁房屋、车辆、由关联方代缴水电费和取暖费

报告期内，股份公司存在向读者集团租用办公车辆、办公用房及仓库的情形。以上租用均按市场价或周边同类房屋租赁价格签订了租赁协议。交易详细情况如下表所示：

交易内容	交易期限	交易事项	交易金额
租赁房屋	2011.1.1~2021.12.31	读者传媒租用读者集团拥有的位于兰州市南滨河东路 520 号 B 座的部分办公楼面	报告期内每年租金均为 89.63 万元。
	2010.1.1~2019.12.31	读者天地租用读者集团位于北京市白纸坊西街 22 号都市晴园 1009 室及 1010 室房屋	报告期内，每年租金均为 15 万元

代缴费用	2012~2014 年度	读者集团代本公司缴纳水电费和取暖费	2012、2013 及 2014 年度分别为 117.59 万元、116.30 万元及 95.49 万元。

（1）租赁 B 座办公楼

读者集团目前使用的 B 座办公楼是经甘肃画院和人民社约定联合建设的，该建筑物的建设履行了立项、规划及开工建设的审批手续，为合法建筑物；人民社履行了与甘肃画院约定的建设出资义务，有权使用 B 座办公楼，甘肃画院已书面确认对读者集团使用 B 座办公楼不主张权利。兰州市住房保障和房地产管理局对 B 座办公楼的合法性和读者集团对其拥有的使用权的合法性予以确认。发行人租赁读者集团 B 座办公楼合法有效。

发行人律师认为，发行人向读者集团租赁的 B 座办公楼不属于违法违规建筑，读者集团已取得房产管理部门及联建方甘肃画院对其使用权的确认认可，该等租赁合法有效；发行人租赁该办公楼用于教材教辅、一般图书出版发行业务以及财务部使用，该关联交易具有必要性，作价依据合法，价格公允，不存在因权属瑕疵而折价使发行人受益的情形。

经核查，保荐机构认为，发行人租赁读者集团部分 B 座办公楼作为办公场所，源于公司业务的发展历程和公司未来管理总部建成前的过渡性需要。综合考虑 B 座办公楼的地理位置、楼宇功能、房屋折旧费等因素，发行人与读者集团协商确定租赁价格，该租赁定价公允，不存在租赁价格因 B 座办公楼未办理产证而折价出租使发行人受益的情形。

（2）子公司租赁少数股东办公用房

发行人子公司旺财传媒与北京华夏时报传媒广告公司（以下简称“华夏传媒”）签订租房协议，旺财传媒租赁后者位于北京市西城区太平街部分办公楼，租赁面积为 1,000 平方米。

旺财传媒自 2012 年 10 月至 2014 年 12 月 31 日无偿使用该办公用房，目前北京市西城区太平街周边主要写字楼的租赁价格，基本单价约 3.4 元～4.5 元/㎡/天，按照中间价 4 元/㎡/天测算，无偿使用期间的租金每年 144 万元，累计 312 万元。

2015 年 1 月，依据市场同类地块同级别写字楼市场价格，并考虑到旺财传媒使用的办公楼的品质，双方经协商确定自 2015 年 1 月 1 日起以 3.5 元/㎡/天结算租金。按此价格标准，结合旺财传媒实际使用面积测算，2014 年 12 月 31 日前旺财传媒无偿使用该办公楼期间，年应缴付租金为 126 万元，累计为 273 万元。

旺财传媒租赁其少数股东办公用房并无偿使用至 2014 年底，系发行人与华夏传媒在合作出资成立旺财传媒时友好协商的结果。由于新公司业务需逐步展开，双方股东一致认为该公司需要一定的培育期。因此，决定华夏传媒提供办公楼供其无偿使用两年。自 2015 年 1 月 1 日起，旺财传媒按照当地同类办公楼租赁市场价格向华夏时报支付房租。

参考市场同类地块同级别写字楼市场价格，并考虑到旺财传媒使用的办公楼的品质，双方协商确定自 2015 年 1 月 1 日起以 3.5 元/㎡/天结算租金，定价公允。

发行人律师认为，旺财传媒租用华夏传媒房屋不会对旺财传媒持续经营造成影响，且自 2015 年 1 月 1 日起旺财传媒已按市场价向华夏传媒支付租金，定价公允。

经核查，保荐机构认为，旺财传媒无偿使用华夏传媒办公用房约两年，是发行人与华夏传媒共同设立旺财传媒时基于支持其业务发展而协商确定的，该等关联交易对投资双方均有利。

参考市场同类地块同级别写字楼市场价格，并考虑到旺财传媒使用的办公楼的品质，双方协商确定自 2015 年 1 月 1 日起以 3.5 元/㎡/天结算租金，定价公允。

报告期内，旺财传媒无偿使用办公用房应付租金按照市场价格测算约为 312 万元，金额较小，对发行人经营业绩影响小。

（3）租赁关联方房产所涉及办公人员占员工人数比重

报告期内，发行人向读者集团、控股子公司少数股东华夏传媒等关联方租赁办公楼，租赁关联方房产涉及办公人员占员工人数的比重情况如下：

承租方	出租方	关联租赁涉及员工	
		员工人数	占公司总人数的比重
读者传媒	读者集团	231	40.38%

读者天地	读者集团	9	1.57%
旺财传媒	华夏传媒	37	6.47%
合　计		**277**	**48.43%**

子公司读者天地成立于 2006 年，是发行人设立在北京的专门从事图书营销发行的机构，办公人数较少，所需办公场地较小，成立时便使用现在租赁的读者集团位于北京的房产作为办公场所。2009 年 12 月读者集团以净资产出资设立发行人时将读者天地 100%权益投入后，因延续发行资质及税务管辖地的需要，继续使用原办公场所。经与读者集团协商，租金按照当地同类房屋租金水平确定，每年 15 万元。

（4）读者集团代本公司缴纳水电费和取暖费

读者集团代为缴纳水电费是因为 A、B 座办公楼的统一水电、供暖系统设计，需要分摊水电。水电费价格为兰州市公用事业部门确定的市场价格，发行人与读者集团水电费用分摊依据合理、分摊比例准确。

（二）偶发性关联交易情况

1、购买车辆

2012年1月4日，公司与读者集团签订《车辆买卖合同》，约定读者集团将其拥有的17部办公用车辆以评估价266.06万元转让予公司。

2、收购股权

2012 年 2 月及 2012 年 5 月，公司与读者集团分别签署股权转让协议，约定将读者集团持有的泰山传媒 10%的股权及读者新媒体 100%的股权，以相应所有者权益的评估价值分别作价为 612.40 万元和 7,074.32 万元转让予本公司。

3、收购资产

2012 年 6 月，读者集团将人民社经评估后的净资产-219.62 万元连同配比的货币资金 219.62 万元，以零对价转让予公司。至此，读者集团及其控股子公司不再从事和公司相同或相类似的业务。

4、其他

（1）2012 年，读者数码向读者集团销售电纸书 45.75 万元；2013 年，读者

数码向读者集团销售“读者”手机和电纸书 1.92 万元；2014 年公司向读者集团销售图书和期刊 18.11 万元。以上交易金额较小，占公司当期业务比重较低。交易价格由交易双方依据市场价格协商确定，与发行人向无关第三方价格相似，定价公允。

（2）2013 年 1 月 1 日旺财传媒与北京华夏时报传媒广告有限公司签订媒体合作协议，双方约定 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日之间，互相提供各自所办刊物价值 500 万元的版面资源，2014 年旺财传媒在《CM 华夏理财》杂志发布广告，实现广告收入 108.98 万元。

（三）关联方资金往来及应收、应付余额

报告期内，关联方应收、应付余额如下：

项目	关联方	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
		期末金额（万元）	占比（%）	期末金额（万元）	占比（%）	期末金额（万元）	占比（%）
应收账款	读者集团	0.68	0.00	-	-	-	-
应付账款	读者集团	75.00	0.62	265.92	3.14	374.57	4.71
其他应付款	读者集团	0.73	0.07	0.73	0.05	0.73	0.06

报告期内，公司和读者集团的资金往来及应收、应付余额主要是应付读者集团纸张款、房租、代缴的水电暖费。

2010 年 3 月，读者集团投资设立读者新媒体实施“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”。2011 年度读者新媒体共向读者集团借入资金 5,000 万元作为新媒体大厦的工程投入款。2012 年 5 月，公司收购读者集团持有的读者新媒体全部股权，读者新媒体成为公司的全资子公司，2012 年 7 月公司偿还了该笔借款。

四、关联交易对公司财务状况、经营成果和独立性的影响

本公司关联交易以市场价格或评估价值为依据，由交易双方根据一般商业原则协商确定。

报告期内发生的公司向其控股股东读者集团采购纸张、租赁仓库及车辆等关联交易均系公司基于当时正常商业考量所独立进行的决策，交易价格公允，不存

在损害公司及其它非关联股东利益的情形。

为提高资产独立性，避免后续关联交易的发生，公司从关联方购买其办公用车辆；2012 年收购读者新媒体 100%股权、泰山传媒 10%股权及人民社净资产，消除了同业竞争。

公司将继续租赁读者集团 B 座办公楼和北京都市晴园 1009 室及 1010 室房屋作为办公场所，交易定价公允、金额较小，对公司经营成果无重大影响。

综上所述，公司关联交易价格公允，规范履行了必要的决策程序，不影响公司的独立性；同时，经常性关联交易的金额占营业成本比例较小且呈下降趋势，对公司的财务状况和经营成果无重大影响。

五、规范关联交易的措施及制度安排

（一）《公司章程》的规定

《公司章程》（草案）对关联交易的决策作了如下规定：

第四十一条规定：公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

第七十八条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百一十九条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

此外，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作细则》等内部控制文件中对关联交易决策程序也做出了明确规定。

（二）公司在《关联交易管理制度》中关于关联交易的相关规定

第九条规定：公司与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当经董事会审议后及时披露；未达该标准的，应经公司董事长办公会审议后实施。

第十条规定：公司与关联法人拟发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当经董事会审议后及时披露；未达该标准的，应经公司董事长办公会审议后实施。

第十一条规定：公司与关联人拟发生的关联交易达到以下标准之一的，除应当及时披露外，还应当提交董事会和股东大会审议：

1、交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的重大关联交易。公司拟发生重大关联交易的，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。对于第七章所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估；

2、公司为关联人提供担保

第十二条规定：公司与关联人共同出资设立公司，应当以公司的出资额作为交易金额，适用第九条、第十条和第十一条第 1 项的规定。

第十三条规定：公司拟放弃向与关联人共同投资的公司同比例增资或优先受让权的，应当以公司放弃增资权或优先受让权所涉及的金额为交易金额，适用第九条、第十条和第十一条第 1 项的规定。

公司因放弃增资权或优先受让权将导致公司合并报表范围发生变更的，应当以公司拟放弃增资权或优先受让权所对应的公司的最近一期末全部净资产为交易金额，适用第九条、第十条和第十一条第 1 项的规定。

第十四条规定：公司进行“提供财务资助”、“委托理财”等关联交易的，应当以发生额作为交易金额，适用第九条、第十条和第十一条第 1 项的规定。

第十五条规定：公司进行下列关联交易的，应当按照连续十二个月内累计计算的原则，计算关联交易金额，分别适用第九条、第十条和第十一条第 1 项的规定：

1、与同一关联人进行的交易；

2、与不同关联人进行的交易标的类别相关的交易。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或间接控制的，或相互存在股权控制关系，以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或其他组织。

已经按照累计计算原则履行股东大会决策程序的不再纳入相关的累计计算范围。

第十六条规定：公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第十九条规定：公司监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。

六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事对报告期内关联交易的意见

报告期内的关联交易遵循了《公司章程》和《关联交易管理制度》的相关规定。对关联交易作出制度性安排后发生的关联交易均履行了规定的程序。

公司独立董事对报告期内公司关联交易决策程序的合法性和前述关联交易事项发表如下意见：报告期内的关联交易是交易对方协商一致后、基于普通的商业条件进行的，协议条款及交易价格公允、合理，关联交易不会损害公司及其股东的合法权益。

七、减少关联交易的措施

报告期内，本公司通过收购集团公司持有的读者新媒体 100%股权、泰山传

媒 10%股权、人民社净资产及向读者集团购买原租赁使用的车辆，消除了同业竞争，提升了资产的完整性，避免了未来关联交易的持续发生。

本公司将以股东利益最大化为原则，避免不必要的关联交易。对于今后不可避免的关联交易，进行充分披露，包括但不限于相关的合同、协议、定价依据等。公司严格按照中国证监会、上交所关于信息披露的相关规定，及时做好信息披露工作，以保护中小股东和投资者的利益。同时，在实际工作中充分发挥独立董事的作用，以确保关联交易价格的公开、公允、合理，保护公司和全体股东的利益。

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事与高级管理人员的基本情况

（一）董事会成员

公司董事会由 9 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。公司董事由股东大会选举产生，任期三年，可连选连任，其中独立董事连任不得超过 6 年。

姓名	现任职务	任期	提名人
吉西平	董事长	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
彭长城	副董事长、总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
陈泽奎	董事、常务副总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
马永强	董事、副总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
王卫平	董事、副总经理、财务总监	2013 年 6 月—2015 年 12 月	董事会
陈海平	董事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
刘立	独立董事	2014 年 3 月—2015 年 12 月	董事会
李宗义	独立董事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会
陈芳平	独立董事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	董事会

吉西平先生：中国国籍，无境外永久居留权，1954 年 7 月出生，汉族，河南巩义人，中共党员，硕士研究生，编审。1983 年 7 月至 1994 年 11 月历任甘肃省交通厅人事处主任科员、副处长、处长，1994 年 11 月至 2000 年 8 月任甘肃省交通厅副厅长、党组成员，2000 年 8 月至 2004 年 6 月历任甘肃省庆阳地委副书记、行署专员、庆阳地委（市委）书记，市人大主任；2004 年 6 月至 2005 年 6 月任甘肃省政府国有资产监督管理委员会党委副书记；2005 年 6 月至 2009 年 4 月任中共甘肃省委宣传部副部长、常务副部长；2009 年 4 月任读者集团党委书记、董事长、总经理、总编辑，2009 年 12 月至今任本公司董事长、总编辑。

彭长城先生：中国国籍，无境外永久居留权，1953 年 12 月出生，汉族，河南罗山人，中共党员，编审，兰州大学历史系历史专业学士。历任《读者》杂志社副主编、常务副主编、主编、社长；2006 年 1 月起任读者集团副总经理兼《读

者》杂志社社长；2009 年 12 月至今任读者集团党委委员、副董事长，任本公司董事、总经理；2013 年 5 月任本公司副董事长，不再兼任读者集团副董事长。

陈泽奎先生：中国国籍，无境外永久居留权，1959 年 3 月出生，汉族，甘肃武威人，中共党员，硕士研究生，编审。1988 年 7 月至 1998 年 10 月历任甘肃人民出版社二编室编辑、编辑室副主任、主任；1998 年 10 月至 2008 年 2 月历任《读者》编辑部副主任、总编辑、常务副社长；2008 年 2 月起任读者出版集团有限公司总经理助理；2009 年 12 月至今任读者集团党委委员、董事，任本公司董事、副总经理。2013 年 5 月任本公司常务副总经理。

马永强先生：中国国籍，无境外永久居留权，1966 年 10 月出生，汉族，甘肃灵台人，中共党员，博士研究生，编审。1989 年 6 月至 2001 年 9 月任兰州晚报社主任编辑；1998 年 9 月至 2001 年 6 月于南京大学中文系中国现当代文学专业在职攻读博士；2001 年 9 月至 2003 年 7 月于苏州大学中文系中国语言文学博士后流动站工作；2003 年 7 月至 2004 年 11 月任厦门大学人文学院新闻传播系副教授、硕士生导师；2004 年 11 月至 2011 年 8 月任甘肃省新闻出版局局长助理；2012 年 3 月至 2013 年 1 月，挂职原国家新闻出版总署出版管理司副司长；2011 年 8 月至今任本公司董事、副总经理，兼任读者集团党委委员。

王卫平先生：中国国籍，无境外永久居留权，1966 年 12 月出生，汉族，甘肃清水人，中共党员，高级会计师，高级审计师，中国注册会计师，兰州商学院金融专业学士。1988 年 7 月至 1996 年 12 月历任甘肃省石油总公司财务处会计、主任科员、副处长；1997 年 1 月至 1999 年 2 月任兰州正邦会计师事务所所长；1999 年 3 月至 2001 年 12 月任甘肃励致会计师事务所有限公司总经理、主任会计师；2002 年 1 月至 2005 年 6 月任甘肃弘信会计师事务所有限公司总经理；2005 年 7 月至 2008 年 6 月任中石油甘肃销售公司审计监察处处长；2008 年 7 月任读者集团副总会计师；2009 年 12 月至今任本公司财务总监，2013 年 4 月任读者集团党委委员，2013 年 5 月任本公司董事、副总经理。

陈海平先生：中国国籍，无境外永久居留权，1965 年 7 月出生，汉族，中共党员，南京大学学士，华东理工大学工商管理硕士。1987 年 7 月至 1994 年 4 月任上海飞机制造厂团委书记，1994 年 5 月至 1997 年 9 月任上海蓝天投资公司

助理总经理，1997 年 9 月至 2014 年 6 月历任光大证券股份有限公司总裁办主任、债券业务总部总经理、投资银行部总监及光大资本投资有限公司总裁。现任上海市华信金融控股有限公司总经理、上海华信证券董事长。

刘立先生：中国国籍，无境外永久居留权，男，汉族，中共党员，1953 年 10 月出生，大学本科，1980 年 10 月至 1994 年 7 月在甘肃省计委任职，1994 年 7 月至 2004 年 7 月历任甘肃省经贸委能源环保处副处长、企业处处长，2004 年 7 月至 2007 年 6 月任甘肃省政府国资委企业改组处处长，2007 年 6 月至 2009 年 1 月任甘肃省属国有企业监事会主席；2009 年 1 月至 2013 年 12 月任甘肃省政府国资委党委委员、副主任、白银有色集团股份有限公司监事会主席、甘肃省新业资产经营有限责任公司董事长、白银有色集团股份有限公司董事，**现已退休**。经甘肃省国资委批准，刘立先生于 2014 年 3 月起担任本公司独立董事。

李宗义先生：中国国籍，1970 年 3 月出生，汉族，无境外永久居留权，工商管理硕士，中国注册会计师、律师、注册资产评估师、澳洲注册会计师、英国皇家特许会计师，1992 年 7 月至 1997 年 12 月在中国机电设备总公司任项目经理；1998 年 1 月至今在瑞华会计师事务所工作，现任副主任会计师、合伙人；2007 年 6 月当选财政部会计行业领军人才，2008 年 12 月当选五十名全国先进会计工作者之一；2012 年 12 月起任本公司独立董事。

陈芳平先生：中国国籍，无境外永久居留权，汉族，中共党员，1965 年 11 月出生，大学本科，兰州商学院教授，金融投资研究所所长。自 2000 年 5 月起兼任英大证券兰州营业部总经理、甘肃省科技风险投资有限公司总裁助理、甘肃金巨龙投资发展有限公司执行总裁等职；2009 年至今任本公司独立董事。

（二）监事会成员

本公司监事会由 5 名成员组成，其中 2 名职工监事。本公司监事任期 3 年，可连选连任。

姓名	学历	现任职务	任期	提名人
徐生旺	本科	监事会主席	2012 年 12 月—2015 年 12 月	监事会
曾乐虎	本科	监事	2014 年 3 月—2015 年 12 月	监事会
赵 金	研究生	监事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	监事会

郭 平	大专	职工监事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	职代会
宁 恢	硕士研究生	职工监事	2012 年 12 月—2015 年 12 月	职代会

徐生旺先生：中国国籍，无境外永久居留权，1957 年 8 月出生，汉族，甘肃宁县人，中共党员，高级会计师。1986 年 8 月至 1994 年 12 月历任甘肃省财政厅农财处科员、副主任科员、主任科员；1994 年 12 月至 1999 年 5 月任甘肃省水利厅计划财务处副处长；1999 年 5 月至 2001 年 7 月任甘肃省水利厅计划财务处副处长、水利建设基金规费办公室主任；2001 年 7 月至 2002 年 11 月任甘肃省水利厅经济财务处处长；2002 年 11 月至 2010 年 5 月任甘肃省引洮水利水电开发有限责任公司总会计师、党委委员；2010 年 5 月至今任本公司监事会主席，兼任读者集团党委委员、纪委书记、工会主席、监事会主席。

曾乐虎先生：中国国籍，无境外永久居留权，汉族，中共党员，甘肃榆中县人，1971 年 2 月出生，大学本科学历，高级会计师。1993 年在甘肃人民出版社财务处工作，先后在出纳、成本、税务、审核、总账等岗位从事会计工作；2008 年至 2010 年，任读者集团财务部资金中心主任；2010 年至今，历任本公司审计部副部长、部长。2014 年 3 月起兼任本公司监事。

赵金先生：中国国籍，无境外永久居留权，1967 年 7 月出生，甘肃武威人，中央党校硕士研究生学历，1989 年 7 月至 1992 年 11 月在酒钢集团机械化财务科工作；1992 年 11 月至 1996 年 6 月任酒钢集团财务处科长；1996 年 6 月至 1997 年 7 月在厦门大学学习；1997 年 7 月至 2000 年 12 月任酒钢集团股改办主任；2000 年 12 月至 2009 年 2 月任甘肃酒钢集团宏兴钢铁股份有限公司证券部部长；2009 年 2 月至 2011 年 9 月任酒钢集团董事会战略投资委员会副主任；2011 年 9 月至今担任酒钢集团总经理助理、董事会产权管理委员会主任；2012 年 12 月起任本公司监事。

郭平先生：中国国籍，无境外永久居留权，1960 年 10 月出生，汉族，宁夏银川人，中共党员，编辑，大专学历。历任甘肃人民出版社出版处副科长、总编办公室副主任、办公室副主任；2001 年 3 月任甘肃人民出版社出版处处长；2008 年 2 月任读者集团甘肃教材出版中心主任；2011 年 2 月迄今任本公司甘肃教育出版中心总经理；2009 年 12 月至今任本公司监事。

宁恢先生：中国国籍，无境外永久居留权，1972 年 11 月 9 日出生,硕士研究生，汉族,中共党员。1998 年 7 月至 2000 年 10 月任甘肃教育出版社编辑；2000 年 11 月至 2005 年 5 月担任《读者》杂志主发编辑；2005 年 6 月至 2008 年 3 月任读者杂志社经营部主任，副编审；2008 年 3 月至 2008 年 12 月任读者杂志社副社长；2009 年 1 月至 2010 年 4 月任读者集团期刊营销部总监；2010 年 4 月至今任读者杂志社常务副社长，2012 年 4 月起任本公司监事。

（三）高级管理人员

本公司高级管理人员简要情况：

姓名	国籍	现任职务	任期
彭长城	中国	总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月
陈泽奎	中国	副总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月
马永强	中国	副总经理	2012 年 12 月—2015 年 12 月
王卫平	中国	副总经理、财务总监	2012 年 12 月—2015 年 12 月
张　晨	中国	董事会秘书	2012 年 12 月—2015 年 12 月

本公司高级管理人员简历如下（同时担任董事的高级管理人员彭长城、陈泽奎、马永强、王卫平先生的简历请参见上文所述）：

张晨先生：中国国籍，无境外永久居留权，1974 年 4 月出生，汉族，甘肃天水人，中共党员，硕士研究生，副教授。1996 年 7 月至 2002 年 12 月任甘肃省委党校人事处科员、副科长；2003 年 1 月至 2009 年 12 月历任甘肃省委党校工商管理教研部讲师、公共管理教研部副主任；2009 年 12 月至今任本公司董事会秘书。

（四）董事、监事的提名和选聘情况

公司董事、监事的任职资格及提名、选举程序均符合《公司法》《证券法》《公司章程》等法律法规的规定。

1、公司董事的选举情况

2009 年 12 月 24 日，经公司创立大会暨第一次股东大会决议通过，公司选举吉西平、彭长城、董有山、黄强、陈泽奎、雷志宏为公司董事，聘任高新才、李兴文、陈芳平为公司独立董事，以上九人组成公司第一届董事会，任期 3 年。

2009 年 12 月 24 日，经公司第一届董事会第一次会议决议通过，选举吉西平担任公司董事长，选举董有山担任公司副董事长。

2012 年 12 月 26 日，经董事会提名，公司 2012 年第二次临时股东大会审议通过，选举吉西平、彭长城、董有山、陈泽奎、马永强、陈海平为公司董事，聘任高新才、陈芳平、李宗义为公司独立董事；上述九人组成公司第二届董事会，任期 3 年。

2013 年 6 月 15 日，经公司 2012 年年度股东大会审议通过，选举王卫平先生担任本公司董事，原董事董有山先生不再担任本公司董事。

2014 年 3 月 18 日，经公司 2013 年度股东大会审议通过，选举刘立先生为公司独立董事，任期与公司第二届董事会全体董事任期相同；原独立董事高新才先生因个人原因，不再担任本公司董事。

2、公司监事的选举情况

2009 年 12 月 24 日，经公司创立大会暨第一次股东大会决议通过，公司选举钟青女士、吴万华先生担任公司第一届监事会监事。同日，经公司第一次职工代表大会审议通过，决定选举李希养和郭平为公司职工监事，与公司股东大会选举的监事一同组成公司第一届监事会，任期三年。

2009 年 12 月 24 日，经公司第一届监事会第一次会议决议通过，公司选举钟青女士担任第一届监事会临时召集人。

2010 年 7 月 12 日，经公司 2010 年第一次临时股东大会决议通过，选举徐生旺先生为公司监事。经公司第一届监事会第三次会议决议通过，选举徐生旺先生为公司监事会主席。

2012 年 12 月 25 日，经公司第二届职工代表大会第七次会议审议通过，决定推举郭平、宁恢为公司第二届监事会职工代表监事。

2012 年 12 月 26 日，公司 2012 年第二次临时股东大会审议通过，选举徐生旺、钟青、赵金为公司监事，与职工代表大会选举的职工代表郭平、宁恢组成公司第二届监事会，任期 3 年。

2014 年 3 月 18 日，经公司 2013 年度股东大会审议通过，选举曾乐虎先生为公司监事，任期与公司第二届监事会全体监事任期相同；原监事钟青不再担任公司监事。

二、董事、监事与高级管理人员及其近亲属的持股情况

本公司董事、监事与高级管理人员及其近亲属均未持有公司的股份，亦不存在上述人员自身或通过其亲属能够直接或间接控制的法人持股的情况。

三、董事、监事与高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事与高级管理人员均未持有任何与本公司存在利益冲突的对外投资，亦未持有本公司关联企业的股份。

四、董事、监事与高级管理人员薪酬情况

本公司为同时是本公司员工的董事、监事与高级管理人员提供薪酬，2014 年度本公司的董事、监事与高级管理人员从本公司领取的薪酬情况如下表：

姓名	职务	2014 年度报酬总额（税前，元）	备注
吉西平	董事长	72.71	
彭长城	副董事长、总经理	72.67	
陈泽奎	董事、副总经理	58.86	
马永强	董事、副总经理	58.86	
王卫平	董事、副总经理、财务总监	58.86	
刘　立	独立董事	3.00	独立董事津贴-[注]
陈芳平	独立董事	3.00	独立董事津贴
李宗义	独立董事	3.00	独立董事津贴
张　晨	董事会秘书	58.67	
徐生旺	监事会主席	59.06	
曾乐虎	监事	23.36	
郭　平	职工监事	42.59	
宁　恢	职工监事	44.57	

注：截至本招股说明书签署之日，独立董事刘立已将其津贴退还发行人。

除上述人员外，本公司其余现任董事、监事、高级管理人员均未从本公司领

取薪酬。

五、董事、监事与高级管理人员的兼职情况

本公司董事、监事与高级管理人员在其他单位兼职的情况如下：

姓名	在本公司任职	兼职任职企业	兼职职务	与本公司关联关系
吉西平	董事长	读者集团	董事长、总经理	控股股东
		旺财传媒	董事长	控股子公司
		读者动漫	董事长	控股子公司
		读者数码	董事长	控股子公司
		第六届中国出版协会	副理事长	无
		中国新闻文化促进会	常务理事	无
彭长城	副董事长、总经理	读者集团	董事	控股股东
		中国期刊协会	副会长	无
		甘肃省文化创意协会	副会长	无
		中国韬奋基金会	理事	无
		北京印刷学院	客座教授	无
		读者天地	执行董事	全资子公司
		读者数码	董事	控股子公司
陈泽奎	董事、常务副总经理	读者集团	董事	控股股东
		读者文化	董事长	控股子公司
		读者传播	董事长	控股子公司
		中国书刊发行协会	理事	无
		甘肃省出版工作者协会期刊研究会	秘书长	无
		中国期刊协会	理事	无
马永强	董事、副总经理	兰州理工大学人文学院	客座教授	无
		甘肃行政学院	客座教授	无
		甘肃省文化发展学会	副会长	无
		甘肃省新闻工作者协会第八届理事会	常务理事、副秘书长	无
		人民社有限	执行董事	全资子公司
		泰山传媒	董事	参股公司

王卫平	董事、副总经理、财务总监	读者新媒体	执行董事	全资子公司
		旺财传媒	董事	控股子公司
陈海平	董事	上海市华信金融控股有限公司	总经理	无
		上海华信证券	董事长	无
刘　立	独立董事	甘肃省新业资产经营有限责任公司	董事长	无
		白银有色集团股份有限公司	董事	无
陈芳平	独立董事	兰州商学院金融投资研究所	所长	无
		甘肃省文化金融研究院	院长	无
		甘肃省文化产业发展集团有限公司	投资总监	无
李宗义	独立董事	瑞华会计师事务所	合伙人	无
		宁夏银星能源股份有限公司	独立董事	无
		白银有色集团股份有限公司	独立董事	无
徐生旺	监事会主席	读者集团	监事会主席 工会主席 纪委书记	控股股东
赵　金	监事	酒泉钢铁（集团）有限责任公司	总经理助理	本公司股东
		光大证券股份有限公司	监事	本公司股东的控股股东
		广发证券股份有限公司	监事	无
		甘肃酒钢集团西部重工股份有限公司	董事长	无
		额济纳中兴铁路运输有限责任公司	董事长	无
张　晨	董事会秘书	新星出版	董事	参股公司
		旺财传媒	董事	控股子公司
		华夏理财	执行董事	全资子公司
		读者动漫	董事	控股子公司
曾乐虎	监事	人民社有限	监事	全资子公司
		民族社有限		
		教育社有限		
		少儿社有限		
		文艺社有限		
		科技社有限		
		美术社有限		
		读者传播		控股子公司
郭　平	职工监事	读者集团	监事	控股股东

除本招股说明书披露的兼职情况外，本公司其他董事、监事、高管人员未在公司及下属公司以外的其他单位兼职。

六、董事、监事与高级管理人员相互之间存在的亲属关系

公司董事、监事及高级管理人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事与高级管理人员与公司签订的协议

公司董事、监事与高级管理人员除与公司签订了有关聘用合同以外，未签订其他任何协议。

八、董事、监事与高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员符合《公司法》、《证券法》等法律、法规规定的任职资格。

九、董事、监事与高级管理人员变动情况

1、董事的变动情况

2009 年 12 月 24 日，公司创立大会暨第一次股东大会选举吉西平、彭长城、董有山、陈泽奎、黄强、雷志宏为公司董事，聘任高新才、李兴文、陈芳平为公司独立董事。

2009 年 12 月 24 日，股份公司第一届董事会第一次会议召开，选举吉西平为董事长、董有山为副董事长。

2011 年 2 月 24 日，因工作调动，黄强向本公司董事会提交辞职报告。

2011 年 9 月 10 日，公司 2011 年第一次临时股东大会选举马永强为公司董事。

2012 年 12 月 26 日，公司 2012 年第二次临时股东大会审议通过选举第二届董事会董事的议案，决定选举吉西平、彭长城、董有山、陈泽奎、马永强、陈海平等人为公司董事，同时聘任高新才、陈芳平、李宗义为公司独立董事，上述九人组成公司第二届董事会。

2013 年 6 月 15 日，经公司 2012 年年度股东大会审议通过，决定选举王卫平先生为公司董事，原董事董有山先生不再担任公司董事。

2014 年 3 月 18 日，经公司 2013 年度股东大会审议通过，选举刘立先生为公司独立董事，任期与公司第二届董事会全体董事任期相同；原独立董事高新才先生因个人原因，不再担任本公司董事。

2、监事的变动情况

2009 年 12 月 24 日，经公司创立大会暨第一次股东大会决议通过，公司选举钟青女士、吴万华先生担任公司第一届监事会监事。同日，公司第一次职工代表大会选举李希养和郭平担任公司职工代表监事。2010 年 7 月 12 日，股份公司 2010 年第一次临时股东大会选举徐生旺担任公司监事。

2012 年 4 月 26 日，公司第二届职工代表大会第三次会议选举宁恢为公司职工监事，任期与公司第一届监事会全体监事相同，李希养不再担任职工监事。

2012 年 12 月 25 日，公司第二届职工代表大会第七次会议推举郭平、宁恢为公司第二届监事会职工代表监事。

2012 年 12 月 26 日，公司 2012 年第二次临时股东大会审议通过选举第二届监事会监事的议案，决定选举徐生旺、钟青、赵金为公司监事，与职工代表大会选举的职工代表监事郭平、宁恢组成公司第二届监事会。

2014 年 3 月 18 日，经公司 2013 年度股东大会审议通过，选举曾乐虎先生为公司监事，任期与公司第二届监事会全体监事任期相同；原监事钟青不再担任公司监事。

3、高级管理人员的变动情况

2010 年 9 月 21 日，黄强由于工作调动原因不再担任公司副总经理职务。2011 年 8 月 16 日，公司第一届董事会第八次会议决定，聘任马永强为公司副总经理。

2013 年 5 月 21 日，公司第二届董事会第四次会议审议通过，聘任王卫平先生为公司副总经理，董有山先生不再担任公司副总经理。

第九节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

本公司根据《公司法》《证券法》等相关规定的要求，确立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了战略、审计、提名、薪酬与考核等专门委员会，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。报告期内，发行人股东大会、董事会、监事会依法独立运作，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立健全

公司于 2009 年 12 月 24 日召开的创立大会暨第一次股东大会通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，建立了规范的股东大会制度。《股东大会议事规则》明确了股东大会的职权范围，并规范了股东大会的召集和表决程序等，公司的股东大会在《公司法》和《公司章程》规定的范围内行使职权。公司股东享有法律、行政法规和《公司章程》规定的合法权利，并承担相应的义务。

2、股东大会的职权

根据《公司章程》和《股东大会议事规则》，股东大会的职权如下：

（1）决定公司经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（3）审议批准董事会的报告；

（4）审议批准监事会的报告；

（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（7）对公司增加或减少注册资本作出决议；

（8）对发行公司债券作出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或变更公司形式作出决议；

（10）修改公司章程；

（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

（12）审议批准以下担保事项：

单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元以上；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；中国证监会及上海证券交易所规定的其他担保情形。

（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（14）审议股权激励计划；

（15）审议以下重大交易事项：

交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产的 50%以上；交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元。

（16）审议单独或者合并享有公司有表决权股份总数 3%以上的股东或者董事会、监事会依法提出的议案；

（17）审议法律、法规、《公司章程》及《股东大会议事规则》规定的应由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会的召集

独立董事、监事会、单独或合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在生收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会，或在收到提案后 10 日内未作出反馈的，视为不能履行或不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或合并持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

监事会或股东自行召集股东大会，会议所必需的费用由本公司承担。

4、股东大会的提案与通知

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和本章程的有关规定。公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知。

除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知公告后，不得修改股东大会通知中已列名的提案或增加新的提案。

召集人将在年度股东大会召开 20 日前以书面或其他方式通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前以书面或其他方式通知各股东。

5、股东大会的召开

股东大会分为年度会议和临时会议。年度股东大会每年至少召开一次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月内召开临时股东大会：

（1）董事人数不足 6 人时；

（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额的三分之一时；

（3）单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东书面请求时；

（4）董事会认为必要时；

（5）监事会提议召开时；

（6）《公司章程》规定的其他情形

股东大会只对会议召开通知中列明的事项或符合《公司章程》规定的临时提案作出决议。股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。股东大会由董事长主持，董事长不能履行职务或者不履行职务时，由副董事长主持，副董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。

6、股东大会提案的表决和决议

股东（包括股东代理人）以其持股比例行使表决权，每一股份享有一票表决权。股东大会采取记名方式投票表决。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会审议提案时，不得对提案进行修改，否则，有关变更应当被视为一个新的提案，不能在本次股东大会上进行表决。

7、股东大会的运行情况

公司自设立以来，共召开 13 次股东大会，各次股东大会均按照《公司章程》及《股东大会议事规则》规定的程序召开，公司的股东大会对《公司章程》修订、董事与监事任免、利润分配、公司重要规章制度的建立等事项作出相关决议，切实发挥了股东的作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立健全

2009 年 12 月 24 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了第一届董事会成员，并审议通过了《董事会议事规则》，明确了公司董事会的职权范围；审议通过了关于公司设立董事会各专门委员会的相关议案，批准设立了董事会战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等四个专门委员会，初步建立了较为规范的董事会制度。

2012 年 12 月 26 日，公司 2012 年第二次临时股东大会选举了第二届董事会成员。根据《公司章程》及《董事会议事规则》的规定，公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名，副董事长 1 名。目前履行董事职责的为公司第二届董事会成员，任期三年。

2、董事会的职权

本公司董事会对股东大会负责，根据《公司章程》和《董事会议事规则》，董事会的职权如下：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）决定公司的经营计划和投资方案；

（4）制订公司的年度财务预算、决算方案；

（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；

（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（9）决定公司内部管理机构的设置；

（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（11）制定公司的基本管理制度；

（12）制订本章程的修改方案；

（13）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（14）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（15）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会的召集与通知

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日前书面通知全体董事和监事。

代表十分之一以上表决权的股东、三分之一以上董事、二分之一以上独立董事、监事会或总经理，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议，并于会议召开 5 日前通知各董事。

董事会会议由董事长负责召集并主持。董事长不能履行职责时，由副董事长召集并主持董事会会议；副董事长不能履行职责时，由二分之一以上董事共同推举的一名董事负责召集并主持董事会会议。

4、董事会的表决和决议

董事会会议应当由二分之一以上的董事出席方可举行，每一名董事享有一票表决权。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。

5、董事会的运行情况

自公司设立以来，共召开 28 次董事会，均按照《公司章程》及《董事会议事规则》规定的程序召开。公司董事会除审议日常事项外，在高管人员任免、重大投资、一般性规章制度的制订等方面切实发挥了重要的作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立健全

2009 年 12 月 24 日，公司创立大会暨第一次股东大会选举产生第一届监事会两名股东代表监事；2010 年 7 月 12 日，经公司 2010 年第一次临时股东大会审议通过，增选徐生旺为公司监事；上述三名股东代表监事与两名职工代表大会选举产生的职工代表监事共同组成公司第一届监事会。同时，公司创立大会暨第

一次股东大会审议通过了《监事会议事规则》，明确了公司监事会的职权范围，建立了较为规范的监事会制度。

2012 年 12 月 26 日，公司 2012 年第二次临时股东大会选举产生第二届监事会股东代表监事，与职工代表大会选举的两名职工代表监事组成公司第二届监事会。

根据《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，公司监事会由五名监事组成，设监事会主席一人。目前履行监事职责的为公司第二届监事会成员，任期三年。

2、监事会的职权

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（6）向股东大会提出提案；

（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会的召开和决议

监事会至少每六个月召开一次会议，由监事会主席召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体监事。

监事可以提议召开临时监事会会议，监事会主席临时会议召开 5 日前通知各监事。

监事会决议应当经半数以上监事通过。

4、监事会的运行情况

自公司设立以来，共召开 16 次监事会，均按照《公司章程》及《监事会议事规则》规定的程序召开。公司监事会除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事及高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全

根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》以及其他相关规定，公司建立了独立董事制度。

2009 年 12 月 24 日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《读者出版传媒股份有限公司独立董事工作细则》，明确了公司独立董事的职权范围及其在公司治理结构中应发挥的作用；2012 年 12 月 26 日，经公司 2012 年度第二次临时股东大会审议通过，聘请高新才、陈芳平、李宗义为公司独立董事，该三人分别是经济专业、资本运作和会计方面的专家。2014 年 3 月 18 日，经公司 2013 年年度股东大会审议通过，决定聘请刘立担任公司独立董事，原独立董事高新才因个人原因不再担任公司独立董事。

根据《独立董事工作细则》，独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

（1）重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。独立董事应当在董事会提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会成员中占有二分之一以上的比例。

2、独立董事实际发挥作用情况

公司独立董事自接受聘任以来，依据有关法律、法规及《公司章程》的规定，仔细审阅公司年度报告、审计报告、董事会决议等有关文件资料，并就相关事项发表了独立意见。此外，独立董事在公司发展战略、完善公司的内部控制、决策机制等方面提出了很多建设性意见，发挥了重要作用。

（五）董事会秘书制度的建立及运行

2009年12月24日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《读者出版传媒股份有限公司董事会秘书工作细则》，明确了公司董事会秘书的工作范围及职权；同时，决定聘请张晨先生担任公司董事会秘书，任期三年。2012年12月26日，经公司第二届董事会第一次会议审议通过，决定继续聘请张晨先生为公司董事会秘书，任期三年。

董事会秘书的主要工作是负责推动公司提升治理水平，做好公司信息披露工作。根据《董事会秘书工作细则》，董事会秘书对董事会负责，履行如下职责：

（1）负责公司信息对外公布，协调公司信息披露事务，组织制定公司信息披露事务管理制度，督促公司和相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责投资者关系管理，协调公司与证券监管机构、投资者、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会会议，参加股东大会会议、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息泄露时，及时向主管证券交易所报告并披露；

（5）关注媒体报道并主动求证报道的真实性，督促公司董事会及时回复主管证券交易所问询；

（6）组织公司董事、监事和高级管理人员进行相关法律、行政法规、本规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的职责；

（7）知悉公司董事、监事和高级管理人员违反法律、行政法规、部门规章、其他规范性文件、本规则、主管证券交易所其他规定和公司章程时，或者公司作出或可能作出违反相关规定的决策时，应当提醒相关人员，并立即向主管证券交易所报告；

（8）负责公司股权管理事务，保管公司董事、监事、高级管理人员、控股股东及其董事、监事、高级管理人员持有本公司股份的资料，并负责披露公司董事、监事、高级管理人员持股变动情况；

（9）《公司法》、中国证监会和主管证券交易所要求履行的其他职责。

公司董事会秘书张晨先生按照《公司章程》及《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、监事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况

2009年12月24日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了关于设立公司董事会各专门委员会、选举各专门委员会委员的议案，并审议通过了《战略委员会工作细则》、《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》，对各专门委员会人员组成、职责权限、决策程序、议事规则进行了规定，以保证专门委员会发挥其应有的作用，促进公司完善法人治理结构。

本公司董事会下设四个专门委员会：战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会。专门委员会根据董事所制定的职权范围，就专业性事项进行研究，提出意见，供董事会决策参考。

1、战略委员会

本公司董事会战略委员会主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。根据《战略委员会工作细则》，战略委员会的主要职责为：a.对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；b.对《公司章程》《董事会议事规则》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；c.对《公司章程》《董事会议事规则》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；d.对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建

议；e.对以上事项的实施进行检查、评价；f.董事会授权的其他事宜。

战略委员会由 4 名董事组成，其中应至少包括一名独立董事。委员会委员由董事长提名，董事会选举产生，并设主任委员一名，由公司董事长担任。

2、审计委员会

本公司董事会审计委员会主要负责代表董事会行使对管理层的经营情况、内控制度的制定和执行情况进行监督检查。根据公司《审计委员会工作细则》的规定，审计委员会的主要职责为：a.提议聘请或更换外部审计单位；b.监督公司的内部审计制度的建立及实施；c.负责内部审计与外部审计之间的沟通；d.审核公司财务信息；e.核查公司的内控制度，对重大关联交易进行审计；f.董事会授权的其他事项。

本公司董事会审计委员会由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事，委员中至少有一名独立董事为会计专业人士。委员会设主任委员一名，由独立董事委员担任，并主持委员会工作。

3、薪酬与考核委员会

本公司薪酬与考核委员会负责制订公司董事及高管人员的考核标准并进行考核。根据公司《薪酬与考核委员会工作细则》的规定，薪酬与考核委员会的主要职责为：a.根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他同类企业同类岗位的薪酬水平制订薪酬计划或方案；b.审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况，并对其进行年度绩效考评；c.负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；d.董事会授权的其他事宜。

本公司董事会薪酬及考核委员会由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事。委员会设主任委员一名，由独立董事担任。

4、提名委员会

本公司提名委员会负责对公司董事、高级管理人员的提名、更换、选任标准和程序等事项进行研究并提出建议，向董事会报告工作并对董事会负责。

根据公司《提名委员会工作细则》的规定，董事会提名委员会主要职责为：a.根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会、经理层的规模和构成

向董事会提出建议；b.研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；c.对董事、高级管理人员的工作情况进行评估，并根据评估结果提出更换董事或高级管理人员的意见或建议；d.在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会董事候选人的建议；e.对董事候选人人选进行资格审查并提出建议；f.对须提请董事会聘任的高级管理人员进行资格审查并提出建议；g.董事会授予的其他职权。

本公司董事会提名委员会由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事。委员会设主任委员一名，由独立董事担任。

公司董事会各专门委员会成员组成情况如下表：

委员会名称	委员
审计委员会	李宗义（独立董事）、陈泽奎（董事）、陈芳平（独立董事）
薪酬与考核委员会	刘立（独立董事）、王卫平（董事）、李宗义（独立董事）
提名委员会	陈芳平（独立董事）、李宗义（独立董事）、马永强（董事）
战略委员会	吉西平（董事）、彭长城（董事）、刘立（独立董事） 陈芳平（独立董事）

二、发行人近三年违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，公司最近三年不存在重大违法违规行为。

三、发行人近三年资金占用和为控股股东及其控制的其他企业担保的情况

截止本招股说明书签署之日，本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

四、公司管理层及会计师对内部控制制度的评价

（一）公司管理层的自我评估意见

公司管理层认为，公司制订的各项内部控制制度完整、合理、有效，执行情况良好。公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。截至本招股说明书签署日，各项制度均已得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

（二）注册会计师意见

中喜会计师事务所出具了中喜专审字（2015）第 0035 号《内部控制鉴证报告》，认为读者传媒按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节的财务数据及有关分析反映了公司最近三年经审计的财务报表及有关附注的重要内容。以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。

公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、注册会计师的审计意见及会计报表

（一）审计意见

中喜会计师事务所作为本次发行的财务审计机构，对公司 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日的合并资产负债表及母公司资产负债表，2012 年度、2013 年度及 2014 年度的合并利润表及母公司利润表、合并现金流量表及母公司现金流量表、合并股东权益变动表及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了中喜审字（2015）第 0104 号标准无保留意见的审计报告。

中喜会计师事务所认为：“读者传媒财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了读者传媒 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日的财务状况以及 2012 年度、2013 年度及 2014 年度的经营成果和现金流量。”

（二）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
货币资金	651,835,545.71	543,589,837.95	393,280,653.08
应收票据	120,000.00	13,850,000.00	6,519,272.15
应收账款	136,168,480.31	135,447,601.75	106,991,223.68
预付款项	16,903,654.11	5,058,614.87	7,319,055.91
其他应收款	4,720,239.64	3,132,451.38	2,212,568.21

存货	83,800,119.61	76,354,590.38	82,208,540.82
其他流动资产	22,715,884.16	-	-
流动资产合计	**916,263,923.54**	**777,433,096.33**	**598,531,313.85**
可供出售金融资产	6,124,032.44	6,124,032.44	6,124,032.44
长期股权投资	26,889,320.25	24,922,110.27	22,983,558.56
投资性房地产	14,032,929.70	14,536,973.62	15,041,017.54
固定资产	309,245,386.42	48,515,565.89	49,766,161.72
在建工程	-	208,183,226.25	191,736,539.45
无形资产	29,491,090.66	30,569,103.15	31,769,147.35
开发支出	6,811,134.45	-	-
长期待摊费用	-	141,005.51	3,626,002.45
递延所得税资产	871,556.75	599,213.25	13,069.14
其他非流动资产	28,028,810.83	77,319,053.00	52,440,000.00
非流动资产合计	**421,494,261.50**	**410,910,283.38**	**373,499,528.65**
资产总计	**1,337,758,185.04**	**1,188,343,379.71**	**972,030,842.50**
负债和所有者权益	**2014-12-31**	**2013-12-31**	**2012-12-31**
应付账款	120,251,851.42	84,647,596.28	79,531,367.14
预收款项	28,107,403.72	25,051,083.02	24,805,736.74
应付职工薪酬	28,567,254.61	32,456,479.17	28,361,934.46
应交税费	5,667,285.56	9,632,438.42	16,507,655.25
应付利息	125,152.50	144,100.00	-
其他应付款	10,644,454.37	13,516,149.57	11,501,381.51
流动负债合计	**193,363,402.18**	**165,447,846.46**	**160,708,075.10**
长期借款	74,000,000.00	77,000,000.00	10,000,000.00
递延收益	66,954,265.42	44,292,416.53	34,368,996.77
递延所得税负债	82,773.93	165,547.86	165,547.86
非流动负债合计	**141,037,039.35**	**121,457,964.39**	**44,534,544.63**
负债合计	**334,400,441.53**	**286,905,810.85**	**205,242,619.73**
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	180,000,000.00
资本公积	166,538,950.08	166,456,176.15	166,456,176.15
盈余公积	72,467,717.29	58,009,979.77	42,382,295.33
未分配利润	560,026,598.68	469,287,149.93	348,016,634.69
归属于母公司所有者	979,033,266.05	873,753,305.85	736,855,106.17

权益合计			
少数股东权益	24,324,477.46	27,684,263.01	29,933,116.60
股东权益合计	**1,003,357,743.51**	**901,437,568.86**	**766,788,222.77**
负债和股东权益总计	**1,337,758,185.04**	**1,188,343,379.71**	**972,030,842.50**

2、合并利润表

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业总收入	**759,166,918.45**	**871,671,680.12**	**748,028,373.42**
其中：营业收入	759,166,918.45	871,671,680.12	748,028,373.42
二、营业总成本	**649,854,768.43**	**747,057,677.20**	**631,411,771.51**
其中：营业成本	549,752,953.32	641,762,387.05	524,257,278.83
营业税金及附加	4,095,451.94	6,193,883.26	7,426,610.39
销售费用	20,895,312.09	22,871,318.88	23,232,329.45
管理费用	70,329,141.88	73,179,588.88	67,841,363.39
财务费用	-1,981,219.36	-4,450,581.95	-2,170,983.57
资产减值损失	6,763,128.56	7,501,081.08	10,825,173.02
投资收益	4,251,876.73	815,580.83	1,688,262.39
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	1,967,209.98	1,938,551.71	1,309,091.26
三、营业利润	**113,564,026.75**	**125,429,583.75**	**118,304,864.30**
加：营业外收入	25,483,255.62	36,198,103.26	27,142,625.71
其中：非流动资产处置利得	-	3,810.00	-
减：营业外支出	265,644.80	213,418.73	18,695.24
其中：非流动资产处置损失	4,428.49	3,111.57	3,144.00
四、利润总额	**138,781,637.57**	**161,414,268.28**	**145,428,794.77**
减：所得税费用	944,236.85	-235,077.81	771,644.10
五、净利润	**137,837,400.72**	**161,649,346.09**	**144,657,150.67**
归属于母公司所有者的净利润	141,197,186.27	163,898,199.68	145,757,185.92
少数股东损益	-3,359,785.55	-2,248,853.59	-1,100,035.25
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	**137,837,400.72**	**161,649,346.09**	**144,657,150.67**
归属于母公司所有者的综合收益总额	141,197,186.27	163,898,199.68	145,757,185.92

归属于少数股东的综合收益总额	-3,359,785.55	-2,248,853.59	-1,100,035.25
八、每股收益			
(一)基本每股收益	0.78	0.91	0.81
(二)稀释每股收益	0.78	0.91	0.81

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	672,840,455.93	746,518,668.78	655,857,486.39
收到的税费返还	11,745,597.65	13,637,296.19	9,408,039.30
收到其他与经营活动有关的现金	44,943,291.00	40,623,871.10	53,981,957.53
现金流入小计	**729,529,344.58**	**800,779,836.07**	**719,247,483.22**
购买商品、接受劳务支付的现金	464,140,865.91	488,837,821.98	445,054,031.49
支付给职工以及为职工支付的现金	77,625,624.97	75,253,958.81	63,272,740.16
支付的各项税费	30,132,325.55	35,479,760.49	25,203,952.08
支付其他与经营活动有关的现金	38,852,890.65	30,205,518.99	36,910,752.11
现金流出小计	**610,751,707.08**	**629,777,060.27**	**570,441,475.84**
经营活动产生的现金流量净额	**118,777,637.50**	**171,002,775.80**	**148,806,007.38**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	61,000,000.00	237,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	2,284,666.75	1,877,029.12	379,171.13
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	170.00	100.00	-
收到其他与投资活动有关的现金	60,178,333.33	41,810,000.00	
现金流入小计	**123,463,170.08**	**280,687,129.12**	**379,171.13**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	28,699,124.60	35,812,486.04	67,840,588.75
投资支付的现金	61,000,000.00	247,000,000.00	6,124,032.44
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	67,468,722.83
支付其他与投资活动有关的现金	426,738.97	52,213,392.65	33,000,000.00
现金流出小计	**90,125,863.57**	**335,025,878.69**	**174,433,344.02**
投资活动产生的现金流量净额	**33,337,306.51**	**-54,338,749.57**	**-174,054,172.89**
三、筹资活动产生的现金流量			

吸收投资收到的现金	-	-	27,400,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	27,400,000.00
取得借款收到的现金	-	70,000,000.00	10,000,000.00
收到其他与筹资有关的现金	-	-	3,357,425.29
现金流入小计	**-**	**70,000,000.00**	**40,757,425.29**
偿还债务支付的现金	3,000,000.00	3,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	40,566,978.77	29,328,525.00	30,000,000.00
支付其他与筹资有关的现金	300,000.00	4,120,000.00	50,100,000.00
现金流出小计	**43,866,978.77**	**36,448,525.00**	**80,100,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-43,866,978.77**	**33,551,475.00**	**-39,342,574.71**
四、汇率变动对现金的影响额	**-2,866.96**	**-16,316.36**	**78.52**
五、现金及现金等价物净增加额	**108,245,098.28**	**150,199,184.87**	**-64,590,661.70**
加：期初现金及现金等价物余额	543,479,837.95	393,280,653.08	457,871,314.78
六、期末现金及现金等价物余额	**651,724,936.23**	**543,479,837.95**	**393,280,653.08**

（三）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
货币资金	513,281,624.32	386,962,495.28	291,457,756.37
应收票据	120,000.00	13,850,000.00	6,519,272.15
应收账款	85,045,666.00	86,981,435.58	105,862,536.54
预付款项	4,465,619.01	183,769.35	2,564,710.28
其他应收款	184,562,895.82	166,014,669.76	108,869,821.33
存货	55,763,487.14	50,505,717.35	74,705,934.81
流动资产合计	**843,239,292.29**	**704,498,087.32**	**589,980,031.48**
可供出售金融资产	6,124,032.44	6,124,032.44	6,124,032.44
长期股权投资	194,481,740.49	182,514,530.51	142,575,978.80
投资性房地产	14,032,929.70	14,536,973.62	15,041,017.54
固定资产	47,826,213.89	42,466,379.65	46,078,337.20
无形资产	20,172,056.51	20,786,588.80	21,843,459.36
开发支出	527,888.16	-	-

其他非流动资产	15,388,679.21	65,105,660.35	52,440,000.00
非流动资产合计	**298,553,540.40**	**331,534,165.37**	**284,102,825.34**
资产总计	**1,141,792,832.69**	**1,036,032,252.69**	**874,082,856.82**
负债和所有者权益	**2014-12-31**	**2013-12-31**	**2012-12-31**
应付账款	20,992,558.26	19,168,766.33	28,316,002.36
预收款项	7,300,495.71	4,044,914.09	20,048,286.88
应付职工薪酬	24,689,178.71	30,479,668.56	27,343,864.34
应交税费	1,914,603.86	7,392,965.45	15,487,074.71
其他应付款	5,231,450.78	6,957,234.39	10,998,194.83
流动负债合计	**60,128,287.32**	**68,043,548.82**	**102,193,423.12**
长期借款	74,000,000.00	77,000,000.00	10,000,000.00
递延收益	32,881,304.13	24,782,837.83	24,960,412.08
递延所得税负债	82,773.93	165,547.86	165,547.86
非流动负债合计	**106,964,078.06**	**101,948,385.69**	**35,125,959.94**
负债合计	**167,092,365.38**	**169,991,934.51**	**137,319,383.06**
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	180,000,000.00
资本公积	163,023,294.43	162,940,520.50	162,940,520.50
盈余公积	72,467,717.29	58,009,979.77	42,382,295.33
未分配利润	559,209,455.59	465,089,817.91	351,440,657.93
股东权益合计	**974,700,467.31**	**866,040,318.18**	**736,763,473.76**
负债和股东权益总计	**1,141,792,832.69**	**1,036,032,252.69**	**874,082,856.82**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、营业收入	**573,270,288.22**	**666,748,094.21**	**709,527,488.80**
减：营业成本	392,090,309.71	458,638,159.90	491,392,060.27
营业税金及附加	2,868,666.16	5,285,676.50	7,195,224.47
销售费用	10,657,772.37	11,396,510.60	17,238,052.00
管理费用	45,659,629.03	58,901,614.44	59,068,309.01
财务费用	-2,753,388.09	-3,774,427.92	-1,842,755.65
资产减值损失	1,803,252.11	4,839,985.94	9,763,816.89
加：投资收益	3,088,032.30	-698,183.14	1,665,248.69
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	1,967,209.98	1,938,551.71	1,309,091.26

二、营业利润	**126,032,079.23**	**130,762,391.61**	**128,378,030.50**
加：营业外收入	18,552,923.08	25,717,564.38	16,416,831.65
其中：非流动资产处置利得	-	3,810.00	-
减：营业外支出	7,627.11	203,111.57	103,144.00
其中：非流动资产处置损失	2,602.11	3,111.57	3,144.00
三、利润总额	**144,577,375.20**	**156,276,844.42**	**144,691,718.15**
减：所得税费用	-	-	-
四、净利润	**144,577,375.20**	**156,276,844.42**	**144,691,718.15**
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	**144,577,375.20**	**156,276,844.42**	**144,691,718.15**
七、每股收益：			
(一)基本每股收益	-	-	-
(二)稀释每股收益	-	-	-

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	468,564,228.71	566,024,175.93	584,503,052.76
收到的税费返还	10,445,597.67	13,535,319.08	9,408,039.30
收到其他与经营活动有关的现金	36,838,912.96	40,227,955.75	37,348,460.47
现金流入小计	**515,848,739.34**	**619,787,450.76**	**631,259,552.53**
购买商品、接受劳务支付的现金	267,807,729.08	344,625,527.31	371,950,754.35
支付给职工以及为职工支付的现金	50,191,339.72	56,938,145.09	50,679,858.71
支付的各项税费	22,611,172.25	30,687,852.29	24,500,477.62
支付其他与经营活动有关的现金	24,329,648.11	33,246,341.35	33,998,344.08
现金流出小计	**364,939,889.16**	**465,497,866.04**	**481,129,434.76**
经营活动产生的现金流量净额	**150,908,850.18**	**154,289,584.72**	**150,130,117.77**
二、投资活动产生的现金流量			
取得投资收益收到的现金	1,120,822.32	363,265.15	356,157.43
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	100.00	-
收到其他与投资活动有关的现金	60,158,333.33	41,750,000.00	3,357,425.29
现金流入小计	**61,279,155.65**	**42,113,365.15**	**3,713,582.72**

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	10,620,050.39	2,453,369.60	4,235,391.00
投资支付的现金	10,000,000.00	38,000,000.00	71,484,357.73
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	70,743,200.00
支付其他与投资活动有关的现金	24,378,980.69	96,980,000.00	139,110,890.00
现金流出小计	**44,999,031.08**	**137,433,369.60**	**285,573,838.73**
投资活动产生的现金流量净额	**16,280,124.57**	**-95,320,004.45**	**-281,860,256.01**
三、筹资活动产生的现金流量		-	
取得借款收到的现金	-	70,000,000.00	10,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	3,000,000.00	3,000,000.00	-
现金流入小计	**3,000,000.00**	**73,000,000.00**	**10,000,000.00**
偿还债务支付的现金	3,000,000.00	**3,000,000.00**	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	40,566,978.75	29,328,525.00	30,000,000.00
支付其他与筹资有关的现金	300,000.00	4,120,000.00	-
现金流出小计	**43,866,978.75**	**36,448,525.00**	**30,000,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-40,866,978.75**	**36,551,475.00**	**-20,000,000.00**
四、汇率变动对现金的影响额	**-2,866.96**	**-16,316.36**	**78.52**
五、现金及现金等价物净增加额	**126,319,129.04**	**95,504,738.91**	**-151,730,059.72**
加：期初现金及现金等价物余额	386,962,495.28	291,457,756.37	443,187,816.09
六、期末现金及现金等价物余额	**513,281,624.32**	**386,962,495.28**	**291,457,756.37**

二、财务报表编制基础及合并财务报表范围

（一）财务报表编制基础

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》和具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定(以下合称“企业会计准则”)，以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》(2014 年修订)的披露规定编制财务报表。

2、持续经营

公司不存在可能导致对公司自报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表的编制方法

公司按《企业会计准则第 33 号－合并财务报表》及相关会计准则编制合并财务报表。合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，以母公司和纳入合并范围的子公司的财务报表为基础，抵销公司间内部重大交易、内部往来及权益性投资项目后编制而成。

2、报告期内合并范围内子公司情况

序号	公司名称	2012 年	2013 年	2014 年	备注
1	飞天音像	√	√	√	-
2	读者天地	√	√	√	-
3	数码科技	√	√	√	2010 年 5 月新设
4	读者动漫	√	√	√	2011 年 6 月新设
5	读者新媒体	√	√	√	2012 年 5 月收购
6	读者文化	√	√	√	2012 年 5 月新设
7	旺财传媒	√	√	√	2012 年 10 月新设
8	人民社有限	√	√	√	-
9	华夏理财	-	√	√	2013 年 5 月新设
10	文艺社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
11	教育社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
12	少儿社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
13	民族社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
14	科技社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
15	美术社有限	-	√	√	2013 年 9 月新设
16	天元文化			√	2014 年 10 月新设

3、合并范围发生变更的说明

报告期内，本公司通过投资新设或改制新设等方式取得了 11 家子公司，分别是 2011 年 6 月成立的读者动漫、2012 年 5 月成立的广州文道（2014 年 2 月更

名为读者文化）、2012 年 10 月成立的旺财传媒、2013 年 5 月成立的华夏理财、2013 年 9 月改制设立的文艺社有限、教育社有限、少儿社有限、民族社有限、科技社有限、美术社有限及 2014 年 10 月设立的天元文化。上述 11 家子公司自设立当期纳入合并报表。

2012 年 5 月，本公司受让了读者集团持有的读者新媒体 100%股权。本次企业合并为同一控制下的企业合并，至此，读者新媒体公司成为本公司的全资子公司。本公司自报告期初将其纳入合并财务报表范围。

2012 年 7 月，本公司收购原甘肃人民出版社净资产并增资设立人民社有限。本公司自报告期初将其纳入合并财务报表范围。

三、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、收入确认政策

（1）销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权；收入的金额能够可靠地计量；相关经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将要发生的成本能够可靠地计量时，确认收入的实现。

销售出版物的收入按出版单位与购货方签订的合同（协议）金额或双方接受的金额确定。采取预交定金方式销售出版物时，以发出出版物进行结算时确认销售收入；采取直接收款方式销售出版物时，以收取货款或取得索取货款的凭据，并将提单交给购买方时确认销售出版物收入；附有退回条件销售出版物时，明确退货率及退货期的，在售出出版物的退货期满进行结算时确认销售收入，没有明确退货率及退货期的，以收取货款或取得索取货款的凭证确认销售出版物收入。

（2）提供劳务收入

公司在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

公司采用以下方法确定提供劳务交易的完工进度：①已完工作的测量；②已经提供的劳务占应提供的劳务总量的占比；③已发生的成本占估计总成本的占比。

（3）让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：利息收入金额，按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（4）广告收入

公司承接业务后，按照客户要求选择媒体投放广告，经与客户确认投放计划，在广告见诸媒体后确认收入。

2、收入确认的时点和金额

（1）《读者》

发行人《读者》主要通过遍布全国的 25 个省级邮局实现销售，邮政渠道销售分为订阅和零售，均由邮政系统负责经销。每期《读者》出版后，待各省邮局销售完成后向发行人提交销售清单，发行人按照销售清单的数量和合同约定的价格确认销售收入金额，同时结转销售成本。

（2）其他期刊

①邮政渠道

同《读者》主刊收入确认时间和金额。

② 渠道商包销

渠道商以包销形式进行销售的，在商品发出，渠道商确认收货后按照合同约定的价格和包销数量确认收入金额。

③ 渠道商代销

以代销形式销售的，在取得代销方的销货清单后，发行人按照合同约定的价格和实际销售数量确认收入金额。

（3）教材

发行人教材出版后交至甘肃省新华书店，得到收货确认后，按照采购合同约定的金额确认收入。

（4）一般图书（含教辅）

以包销形式销售的，在图书发出、对方确认收货后按照码洋和合同约定的折率确认收入。

以代销形式销售的，在取得代销方的销货清单后，按照合同约定的价格和实际销售数量确认收入金额。

（5）广告

在发行人将广告内容刊登在期刊上市发行后按照合同约定的价款确认收入。

3、发行人收入确认标准的合理性分析

根据《企业会计准则》中收入确认的条件，发行人出版物的收入确认方式的合理性分析如下：

（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方

发行人教材,以及包销方式销售的期刊、一般图书（含教辅）在发出商品后确认销售收入，此时产品已交付甘肃省新华书店或渠道商，得到对方收货确认，商品所有权上的主要风险和报酬已随之转移。

《读者》和采用代销方式的期刊、一般图书（含教辅）在收到客户提供的销货清单后确认收入，此时与商品相关的风险及报酬已转移至各地邮局和相关渠道商。

（2）既没有保留与出售商品所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制

通过甘肃省新华书店销售教材和采用包销方式售出的商品，在商品发出并经对方验收确认后，按照合同约定发行人不再对其有继续管理权，也不再有控制权。

采用邮政渠道经销和渠道商代销方式售出的图书，在收到经销商的销售清单后确认收入的，此时已不再对商品有管理和控制权。

（3）收入的金额能够可靠地计量

发行人在与客户签订合同时已经确定了销售价格，因此在实现销售后，无论采取通过甘肃省新华书店销售教材、邮政渠道经销、渠道商包销或者代销，其销

售金额均能可靠计算。

（4）相关的经济利益很可能流入企业

发行人在取得对方确认的收货清单或销售清单时，表明对方已确认交易的实现，按照合同的约定，付款义务已产生，在购买方持续经营能力没有重大变化的情况下，发行人销售教材、图书、期刊等商品产生的收益很可能流入企业。

（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量

发行人在其产品达到可销售状态前，先将构成其成本要素的内容在“生产成本”中进行归集，所有成本要素归集完整后转入“库存商品”，在实现销售时结转销售成本，此时其成本支出已能可靠计量。

综上，发行人收入确认标准符合《企业会计准则》的规定。

4、退货的会计处理

报告期内，发行人出现退货情形的主要为一般图书（含教辅），通常有两种情况：

（1）确认收入后的退货

发行人在确认收入后因图书存在质量问题而产生的退货，发行人对该笔收入进行红字冲销，同时办理退货入库，冲销销售成本、核销存货跌价准备（如有），并开具“红字”发票进行处理。报告期内，发行人采用了谨慎的收入确认方式，因此确认收入后的退货少。

（2）未确认收入的退货

在代销方式下因滞销而产生的退货，发行人在收到退货时无需作“红字”冲销售收入，而是根据退货清单将其从“发出商品”转入“库存商品”，发行人大部分退货属于这一方式。

5、报告期各期期刊、教材退货期、预估退货率和实际退货率，退货计价和处置计价、金额和数量

发行人期刊主要通过邮局订购和零售、渠道商包销和代销等方式发行。并采用以销定产的方式确定印刷量。考虑到单本杂志价格较低，运输费用相对较高且在发运途中会产生一定比率的破损，因此，各期刊出版社对于零售代销产生的少部分滞销杂志均不采用退货方式处理，而是将其计入损耗，并按实际销售数量确

认收入，按照销售数量和损耗数量合计数结转销售成本。

发行人教材出版业务主要为政府采购的中小学义务教育教材以及高中教材的出版和印刷代理。发行人统一招标采购教材使用用纸，并配有对口纸库向合作印厂供应纸张。在教材生产期间通过“质量抽检、生产协调、进度督促”等方式进行全流程监管，确保教材的出版质量，做到“课前到书、人手一册”实现教材的“零”退货。

综上，报告期内，发行人各期期刊、教材不存在退货情形。

（二）金融工具的核算方法

1、金融工具的分类、确认依据和计量方法

（1）金融资产、金融负债的分类、确认依据

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。

金融资产在初始确认时划分为四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产；②持有至到期投资；③贷款和应收款项；④可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为两类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②其他金融负债。

（2）金融工具的计量方法

公司在初始确认金融资产时，均按公允价值计量，在进行后续计量时，四类资产的计量方式有所不同。

①公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，按取得时的公允价值作为初始确认金额，相关交易费用计入当期损益。支付的价款中包含已宣告发放的现金股利或债券利息，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日以公允价值计量，因公允价值变动形成的利得或损失计入当期损益。该金融资产处置时其公允价值与初始入账金额之间

的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

②公司持有至到期投资，按取得时该金融资产公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额，支付的价款中包含已宣告发放债券利息的，单独确认为应收项目。持有期间按实际利率及摊余成本计算确认利息收入计入投资收益。该金融资产处置时其取得价款与账面价值之间的差额确认为投资收益。

③公司对外销售商品或提供劳务形成的应收款项按双方合同或协议价款作为初始确认金额。持有期间采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。收回或处置应收款项时，取得的价款与账面价值之间的差额计入当期损益。

④公司可供出售金融资产，按取得时该金融资产公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含了已宣告发放的债券利息或现金股利的，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日以公允价值计量，因公允价值变动形成的利得或损失直接计入资本公积。该金融资产处置时其取得价款与账面价值之间的差额确认为投资收益，同时原计入资本公积的公允价值变动额转入投资收益。

公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，取得时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，持有期间按公允价值进行后续计量；其他金融负债，取得时按公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按实际利率法，以摊余成本计量。

2、金融资产转移的确认依据和计量方法

（1）金融资产转移的确认

在下列情况下，公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方时，确认金融资产的转移，并终止确认该金融资产。

①企业以不附追索权方式出售金融资产。

②将金融资产出售，同时与买入方签订协议，在约定期限结束时按当日该金融资产的公允价值回购。

③将金融资产出售，同时与买入方签定看跌期权合约，但从和约条款判断，该看跌期权是一项重大价外期权。

（2）金融资产转移的计量

金融资产整体转移时，按照所转移金融资产的账面价值与收到的对价及原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额的差额确认计入当期损益。

金融资产部分转移时，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并按终止确认部分的账面价值与终止确认部分收到的对价和原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额，应当按照金融资产终止确认部分的相对公允价值，对该累计额进行分摊后确定。

3、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。

4、金融资产和金融负债公允价值的确定

存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用活跃市场中的报价确认其公允价值；不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值；初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格为基础确定其公允价值；采用未来现金流量折现法确定金融工具公允价值的，使用合同条款和特征在实质上相同的其他金融工具的市场收益率作为折现率。没有标明利率的短期应收款项和应付款项的现值与实际交易价格相差很小的，按照实际交易价格计量。

5、金融资产减值准备测试及提取

资产负债表日公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

对贷款及应收款项、持有至到期投资按预计未来现金流量现值与账面价值的差额计提减值准备；计提后如有客观证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回计入当期损益。

可供出售的金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，原直接计

入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失，应予以转出计入当期损益。其中，属于可供出售债务工具的，在随后发生公允价值回升时，原减值准备可转回计入当期损益，属于可供出售权益工具投资，其减值准备不得通过损益转回。

（三）应收款项及坏账准备的确认标准、计量方法

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末余额 500 万元以上的应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	在资产负债表日，本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大及组合的应收款项，按类似的信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定占比计算确定减值损失，计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以除其他组合外的应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
其他组合	合并范围内关联方及本公司之母公司应收款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
其他组合	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	1 年以内	1～2 年	2～3 年	3～4 年	4～5 年	5 年以上
占比(%)	5	10	20	40	60	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大，但按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项。
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。

（四）存货的核算方法

1、存货的分类

存货包括原材料、在产品、库存商品、发出商品及周转材料等。

2、存货的计价方法

存货采用实际成本计价；原材料及库存商品领用或发出时采用加权平均法结转成本，周转材料采用一次摊销法进行摊销。

3、期末存货计价原则及存货跌价准备确认标准和计提方法

出版企业于每期期末终了时对库存出版物存货进行全面清查并实行分年核价，按以下方法提取跌价准备：

（1）纸质图书分三年提取图书跌价准备，当年出版的不提；前一年出版的，按年末库存图书总定价提取 10%～20%(含)；前二年出版的，按年末库存图书总定价提取 20%～30%（含)；前三年及三年以上出版的，按年末库存图书总定价提取 30%～40%。

（2）纸质期刊(包括年鉴)和挂历、年画，当年出版的，按年末库存实际成本全额提取出版物跌价准备。

（3）音像制品、电子出版物和投影片(含缩微制品)，按年末库存实际成本的10%～30%提取跌价准备，如遇上述出版物升级，升级后的原有出版物仍有市场的，保留该出版物库存实际成本 10%，即按年末库存实际成本的 90%计提跌价准备；升级后的原有出版物已无市场的，全部报废。

所有各类跌价准备的累计提取额不得超过实际成本。

发行单位对正常经营的出版物，批发公司于每期期末终了按照库存图书总定价的 3%提取准备金，零售公司计提商品削价准备金，于每期期末终了按照库存图书总定价的 5%提取。

4、存货的盘存制度

公司的存货盘存采用期末永续盘存制度。

（五）划分为持有待售资产

本公司将同时满足下列条件的组成部分（或非流动资产）确认为持有待售：

1、该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即

可立即出售；

2、公司已经就处置该组成部分（或非流动资产）作出决议，如按规定需得到股东批准的，已经取得股东大会或相应权力机构的批准；

3、公司已与受让方签订了不可撤销的转让协议；

4、该项转让将在一年内完成。

（六）长期股权投资的核算方法

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

①企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产、所承担债务账面价值以及发行股份的面值总额之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面

价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

为企业合并而发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

②其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3、后续计量及损益确认

①成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

②权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（七）投资性房地产的核算方法

1、投资性房地产的确认条件

（1）与该投资性房地产有关的经济利益很可能流入公司；

（2）该投资性房地产的成本能够可靠地计量。

2、投资性房地产的初始计量

（1）外购投资性房地产的成本，包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出。

（2）自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

（3）以其他方式取得的投资性房地产的成本，按照相关会计准则的规定确定。

（4）与投资性房地产有关的后续支出，满足投资性房地产的确认条件的，应当计入投资性房地产成本；不满足的应当在发生时计入当期损益。

3、公司应采用成本模式对投资性房地产进行后续计量

投资性房地产转换为其他资产时，应当将房地产转换前的账面价值作为转换后的入帐价值。

4、投资性房地产的计提折旧或摊销

投资性房地产按照固定资产或无形资产的有关规定，按期计提折旧或摊销，具体如下：

类别	折旧年限或摊销年限(年)	残值率	年折旧率或摊销率(%)
房屋及建筑物	10～35	3%	2.77～9.7
土地	按照土地出让合同规定的使用年限	-	-

（八）固定资产的核算方法

1、固定资产标准

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计期间的有形资产。

2、固定资产的计价

固定资产按照成本进行计量；股东投入的固定资产按评估确认价值入账。

3、固定资产折旧

公司固定资产按预计使用年限和预计净残值采用直线法计提折旧分类折旧年限如下：

类别	折旧年限(年)	残值率	年折旧率
房屋及建筑物	10-35	3%	2.77%～9.7%
机器设备	10-20	3%	4.85%～9.7%
交通运输工具	5-10	3%	9.7%～19.4%
电子及其他设备	3-5	3%	19.4%～32.33%

4、固定资产后续支出

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，且该固定资产的成本能够可靠计量的，计入固定资产价值。

（九）在建工程核算方法

1、在建工程指正在兴建中的资本性资产，以实际成本入账。成本包括建筑工程、安装工程、机器设备的购置成本、建筑费用及其他直接费用，以及资本化利息与汇兑损益。

2、在建工程结转固定资产的时限：所购建的固定资产在达到预定可使用状态之日起结转固定资产，次月开始计提折旧，若尚未办理竣工决算手续，则先预估价值结转固定资产并计提折旧，办理竣工决算手续后按实际成本调整原估计价值，但不再调整原已计提折旧额。

（十）无形资产核算方法

1、无形资产核算内容

公司的无形资产指公司拥有或控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。包括专利权、非专利技术、商标权、著作权、特许权、土地使用权等。

2、无形资产计量

公司无形资产按照成本进行初始计量。使用寿命有限的无形资产，按照经济利益的预期实现方式，在其使用寿命内系统合理摊销；使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

源自合同性权利或其他法定权利取得的无形资产，其有用寿命不超过合同性权利或其他法定权利的期限。没有明确的合同或法律规定的，公司综合各方面情况，如聘请相关专家进行论证、或与同行业的情况进行比较以及企业的历史经验

等，来确定无形资产为企业带来未来经济利益的期限。

如果经过这些努力，确实无法合理确定无形资产为企业带来经济利益期限，将其作为使用寿命不确定的无形资产。

3、无形资产使用寿命的复核

企业至少应当于每年年度终了，对无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命不同于以前的估计，则对于使用寿命有限的无形资产，应改变其摊销年限；对于使用寿命不确定的无形资产，如果有证据表明其使用寿命是有限的，则按照使用寿命有限无形资产的处理原则处理。

项　目	摊销年限（年）
土地使用权	土地出让合同规定的使用年限
著作权	20
软件	4~10

4、研发费用

企业内部研究开发项目研究阶段的支出费用化，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出符合资本化条件的，确认为无形资产。资本化条件具体为：①从技术上来讲，完成该无形资产以使其能够使用或出售具有可行性；②有意完成该无形资产并使用或销售它；③该无形资产可以产生可能未来经济利益；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤对归属于该无形资产开发阶段的支出，可以可靠地计量。

5、土地使用权的核算

公司购入的土地使用权，或以支付土地出让金方式取得的土地使用权，按成本进行初始计量；股东投入的土地使用权按评估确认价值入账。公司购入的土地使用权用于开发商品房时，将土地使用权的账面价值全部转入开发成本；土地使用权用于建造自用某项目时，土地使用权的账面价值不与地上建筑物合并计算成本，而仍作为无形资产核算，单独进行摊销。

（十一）借款费用

1、借款费用的内容及资本化原则

公司借款费用包括借款利息、折价或溢价摊销、辅助费用及外币借款汇兑差额。公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到可使用或者可销售状态的资产，包括固定资产和需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到可使用或可销售状态的存货、投资性房产等。

2、资本化期间

借款费用只有同时满足以下三个条件时开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化继续进行。

4、借款费用资本化金额及利率的确定

公司为购建或者生产符合资本化条件的资产借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；公司为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数与一般借款的加权平均利率计算确定应予资本化利息金额。

（十二）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准

备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者

资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十三）政府补助

公司能够满足政府补助所附条件且能够收到政府补助时，确认政府补助。货币性资产按照收到或应收到的金额计量，非货币性政府补助按公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，以名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益，但以名义金额计量的政府补助直接计入当期损益。与收益相关的

政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，计入当期损益。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

1、递延所得税资产

资产、负债的账面价值与其计税基础存在可抵扣暂时性差异的，以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

①该项交易不是企业合并；

②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

②未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额转回。

2、递延所得税负债

资产、负债的账面价值与其计税基础存在应纳税暂时性差异的，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率，计算确认应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

（十五）职工薪酬

1、短期薪酬

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

2、辞退福利

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

3、离职后福利

①设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

②设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹

配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

（十六）长期待摊费用

长期待摊费用指公司已经发生应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，如经营租赁方式租入的固定资产改良支出等。公司长期待摊费用按受益期限平均摊销。

（十七）企业合并的会计处理方法

企业合并是指将两个或者两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。分为同一控制下的企业合并和非同一控制下的企业合并。

1、同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量，取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方为进行企业合并发生的各项直接相关费用，计入当期损益。对于控股合并，合并资产负债表中被合并方的各项资产、负债，按其账面价值计量。

2、非同一控制下的企业合并

合并成本为按照购买日为取得被购买方的控制权付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。通过多次交换交易分步实现的企业合并，合并成本为每一单项交易成本之和。购买方为企业合并发生的各项直接相关费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（1）对于吸收合并，合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产、公

允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

（2）对于控股合并，合并资产负债表中被购买方可辨认资产、负债按照合并中确定的公允价值列示，合并成本大于合并中取得的各项可辨认资产、负债公允价值份额的差额，确认为购买日合并资产负债表中的商誉，企业合并成本小于合并中取得的各项可辨认可资产、负债公允价值份额的差额，计入合并当期的损益。

（十八）合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排分为共同经营和合营企业。

当公司是合营安排的合营方，享有该安排相关资产且承担该安排相关负债时，为共同经营。

公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

1、确认公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；

2、确认公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；

3、确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

4、按公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；

5、确认单独所发生的费用，以及按公司份额确认共同经营发生的费用。

四、会计政策、会计估计的变更及前期会计差错更正

（一）主要会计政策、会计估计的变更

财政部于 2014 年陆续修订及新颁布了一系列会计准则，并要求在所有执行企业会计准则的范围内施行。报告期内，执行修订及新颁布的企业会计准则对公司的主要影响如下：

1、根据《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》（修订），公司对财务报表格式的进行了更改，并相应对本年度财务报表的比较数据进行了调整。涉及的

相关财务报表项目及金额如下：

单位：万元

2014 年 12 月 31 日	会计政策变更前的余额	会计政策变更调整金额	会计政策变更后的余额
长期股权投资	3,301.34	-612.40	2,688.93
可供出售金融资产	-	612.40	612.40
递延收益	-	6,695.43	6,695.43
其他非流动负债	6,695.43	-6,695.43	-
2013 年 12 月 31 日	**会计政策变更前的余额**	**会计政策变更调整金额**	**会计政策变更后的余额**
长期股权投资	3,104.61	-612.40	2,492.21
可供出售金融资产	-	612.40	612.40
递延收益	-	4,429.24	4,429.24
其他非流动负债	4,429.24	-4,429.24	-
2012 年 12 月 31 日	**会计政策变更前的余额**	**会计政策变更调整金额**	**会计政策变更后的余额**
长期股权投资	2,910.76	-612.40	2,298.36
可供出售金融资产	-	612.40	612.40
递延收益	-	3,436.90	3,436.90
其他非流动负债	3,436.90	-3,436.90	-

2、除上述影响外，2012 至 2014 年度公司财务报表中关于职工薪酬、合并财务报表、公允价值计量、合营安排、在其他主体中权益、长期股权投资、金融工具列报的相关业务及事项，已按新准则的规定进行核算与披露。新准则的实施不会对公司 2012 至 2014 年度的财务报表项目金额产生影响。

本报告期公司除上述会计政策变更之外，其他主要会计政策、会计估计未发生变更。

（二）前期会计差错更正

2014 年 5 月 22 日，兰州市国税局根据《财政部、国家税务总局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）同意子公司民族社有限、科技社有限、美术社有限、文艺社有限、教育社有限、少儿社有限自 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日执行“免征企业所得税”的税收优惠规定。根据上述规定，上述子公司 2013 年度汇算清缴执行税收优惠政策，形成报表差异，调减 2013 年计提的递延所得税资产 22.90 万

元；调减应交税金 286.08 万元；调增未分配利润 263.18 万元；调减所得税费用 263.18 万元。

五、主要税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率（%）
增值税[注1]	图书、音像制品、电子出版物、文化用品和其他商品销售	17、13、6
企业所得税	应纳税所得额	25、15
营业税	租金及其他收入	5
城建税	应纳流转税额	7
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育费附加	应纳流转税额	2
文化事业费	广告收入	3
价格调节基金[注2]	应纳流转税额	1

注 1：根据兰州市国家税务局规定，自 2013 年 8 月起征收营业税的广告收入、版权使用费收入改为征收增值税，税率 6%。

注 2：根据兰州市地方税务局规定，自 2012 年 1 月起公司按应纳流转税额的 1%缴纳价格调节基金。

（二）税收优惠及批文

1、增值税

根据《财政部 国家税务总局关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2009]147 号、财税[2011]92 号）及《财政部 国家税务总局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）的规定，本公司 2009 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日享受增值税优惠政策，本公司出版业务属于该文件规定范围内的少儿类出版物、中小学学生课本、老年类出版物、少数民族文字出版物及盲文图书期刊在出版环节实行增值税 100%先征后退政策，除此之外的其他图书和期刊、音像制品在出版环节实行增值税先征后退 50%的政策。

根据财政部、国家税务总局《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）文件精神，2014 年 2 月 11 日，北京市西城区国家税务局同意读者天地 2013 年～2017 年按照相关规定进行纳税申报，主管税务机关将对其减免税备案进行核实。2014 年 4 月 11 日，经财政部驻甘肃省财政监察专员办事处财驻甘监[2014]32 号文确认，本公司及子公司人民社有限、民族社有限、科技社有限、美术社有限、文艺社有限、教育社有限、少儿社有限享受 2013 年～2017 年增值税先征后退的税收优惠政策。

2、所得税

根据《财政部 国家税务总局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）及《财政部 国家税务总局 中宣部关于转制文化企业名单及认定问题的通知》（财税[2009]105号），经甘肃省委宣传部、财政厅、国税局、地税局（甘宣通字[2010]31号）联合认定，读者传媒属转制的文化企业，2010年1月1日至2013年12月31日免征企业所得税。

兰州市国家税务局根据《财政部国家税务总局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号文件规定，同意本公司所属子公司人民社有限自2012年1月1日起至2013年12月31日免征所得税。

2012 年 4 月 1 日，甘肃省科学技术厅、甘肃省财政厅、甘肃省国家税务局、甘肃省地方税务局以甘科高[2012]8 号文联合认定子公司读者数码为高新技术企业，自 2012 年起至 2014 年，享受高新技术企业所得税税率 15%的税收优惠。

2014 年 5 月 22 日，兰州市国税局根据《财政部、国家税务总局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）文件规定，子公司民族社有限、科技社有限、美术社有限、文艺社有限、教育社有限、少儿社有限自 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日执行“免征企业所得税”的税收优惠规定。

2014 年 4 月 2 日，国务院办公厅印发《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》(国办发[2014]15 号)，

公司 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日继续适用于转制企业的现行财税优惠政策。

依据兰州市城关地税一局西关十字通[2015]14 号文件通知，发行人 2014 年度可享受免征企业所得税的优惠政策。

2015 年 2 月 6 日，兰州市国税局根据《财政部 国家税务总局 中宣部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》（财税[2014]84 号）文件规定，确认子公司人民社有限、民族社有限、科技社有限、美术社有限、文艺社有限、教育社有限、少儿社有限自 2014 年度至 2018 年度执行“免征企业所得税”的税收优惠。

六、最近一年及一期内收购兼并情况

公司最近一年及一期无收购兼并行为。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：万元

明细项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
非流动资产处置损益	-0.63	0.07	-0.31
计入当期损益的政府补助	1,283.96	2,244.36	1,755.51
委托他人投资或管理资产的损益	1,074.72	205.15	2.30
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-153.99
其他营业外收支净额	63.86	-9.69	16.40
非经常性损益合计	**2,421.92**	**2,439.89**	**1,619.90**
减：企业所得税影响数	29.10	105.74	141.38
非经常性损益净额	2,392.82	2,334.15	1,478.52
归属少数股东的部分	85.30	217.74	181.99
归属于公司普通股股东的非经常性损益	2,307.52	2,116.42	1,296.53
归属于母公司所有者的净利润	14,119.72	16,389.82	14,575.72
非经常性损益占净利润的比重	16.34%	12.91%	8.90%

八、最近一期末主要资产情况

（一）流动资产

1、货币资金

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日
现金	31.75
银行存款	65,140.74
其他货币资金	11.06
合　计	**65,183.55**

截止 2014 年 12 月 31 日，本公司货币资金余额为 65,183.55 万元，其中包括美元活期存款 12.58 万美元，主要是用于开拓海外市场的备用金。公司无因抵押或冻结等对使用有限制、存放在境外、有潜在回收风险的款项。

2、应收账款

截止 2014 年 12 月 31 日，本公司应收账款账面余额为 15,406.93 万元，其中账龄在一年以内的应收账款占 81.53%。公司主要应收账款对象为长期合作的新华书店和各省市邮局，货款回收风险较小。

3、存货

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价	账面价值
原材料	5,341.90	-	5,341.90
在产品	769.54	-	769.54
发出商品	1,512.70	568.95	943.75
库存商品	1,981.77	656.96	1,324.81
合计	**9,605.92**	**1,225.91**	**8,380.01**

（二）非流动资产

1、长期股权投资

单位：万元

被投资单位	核算方法	初始投资成本	持股占比	2014 年 12 月 31 日投资额
新星出版	权益法	2,060.00	18%	2,688.93

2011 年，公司对新星出版投资 2,060.00 万元，占该公司注册资本的 30%，按权益法核算。2011 年实现投资收益 107.45 万元，2012 年实现投资收益 130.91 元，2013 年度实现投资收益 193.86 万元。2013 年 12 月 31 日建投华文传媒投资有限责任公司对新星出版进行增资，增资后公司持有新星出版 18%股权。公司在新星出版董事会派有一名董事，对其施加重大影响，2014 年仍按权益法核算此项股权投资，当期实现投资收益 196.72 万元。

2、投资性房地产

公司投资性房地产，主要是已出租的位于兰州市七里河区西湖街道硷沟沿 121 号一处仓库用房产。此项投资性房地产的初始投资成本为 1,827.23 万元。

3、固定资产

公司固定资产原值按实际成本计价，固定资产折旧采用平均年限法。截止 2014 年 12 月 31 日，公司固定资产原值为 34,957.99 万元，累计折旧为 4,033.45 万元，净值为 30,924.54 万元，且不存在减值情形。2014 年 12 月 31 日，固定资产构成情况如下表：

固定资产	折旧年限（年）	资产原值（万元）	资产净值（万元）
房屋建筑物	10~35	30,050.33	28,687.99
机器设备	10~20	377.29	79.11
运输设备	5~10	913.31	559.96
电子及其他设备	3~5	3,617.07	1,597.48
合计	--	**34,957.99**	**30,924.54**

4、无形资产

截止 2014 年 12 月 31 日，公司无形资产原值为 3,553.70 万元，累计摊销 604.59 万元，无形资产净值为 2,949.11 万元。公司无形资产主要为经营用土地使用权，占比 88.59%。截至 2014 年 12 月 31 日，公司的无形资产不存在账面价值低于其可回收金额的情况，因此未计提减值准备。

九、最近一期末的主要债项

（一）银行借款

截止 2014 年 12 月 31 日，公司银行借款余额为 7,400 万元，为向国家开发银行甘肃省分行借入的款项，用于“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”。借款期限为 8 年，借款利率为中国人民银行公布的五年以上人民币贷款基准利率基础下浮 10%，每年定期偿还部分本金。

（二）对内部人员的负债

截止 2014 年 12 月 31 日，本公司对内部人员的负债主要为应付职工薪酬 2,856.73 万元，其中无拖欠性质的工资。

（三）应付账款

截止 2014 年 12 月 31 日，公司应付账款余额为 12,025.19 万元，其中应付账款前五名单位余额合计 5,112.40 万元，占总额占比为 42.51%；对公司控股股东读者集团的应付账款余额为 75.00 万元。

（四）预收款项

截止 2014 年 12 月 31 日，公司预收款项余额为 2,810.74 万元，其中预收款项前五名单位余额合计 405.19 万元，占总额占比为 14.42%。公司无对持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东的预收款项。

（五）应交税费

截止 2014 年 12 月 31 日，公司应交税费明细如下：

项目	余额（万元）
增值税	303.26
所得税	124.43
营业税	5.88
城市维护建设税	24.36
代扣代缴个人所得税	39.25
土地使用税	1.29
房产税	12.60
文化事业费	36.07
教育费附加	10.45

地方教育费附加	6.96
价格调节基金	2.17
合计	**566.73**

截止 2014 年 12 月 31 日，公司应交税费余额主要为尚未缴纳的增值税款。

（六）主要合同承诺的债务

截止 2014 年 12 月 31 日，公司无重大财务承诺，亦不存在逾期未偿还债务。

十、股东权益变动情况

截止 2014 年 12 月 31 日，本公司的所有者权益合计为 100,335.77 万元。报告期内，公司所有者权益的构成及变动情况如下表：

单位：万元

项目	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
股本	18,000.00	18,000.00	18,000.00
资本公积	16,653.90	16,645.62	16,645.62
盈余公积	7,246.77	5,801.00	4,238.23
未分配利润	56,002.66	46,928.71	34,801.66
归属于母公司所有者权益合计	**97,903.33**	**87,375.33**	**73,685.51**
少数股东权益	2,432.45	2,768.43	2,993.31
股东权益合计	**100,335.77**	**90,143.76**	**76,678.82**

十一、现金流量情况

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	11,877.76	17,100.28	14,880.60
投资活动产生的现金流量净额	3,333.73	-5,433.87	-17,405.42
筹资活动产生的现金流量净额	-4,386.70	3,355.15	-3,934.26
现金及现金等价物净增加额	10,824.51	15,019.92	-6,459.07

十二、财务报表附注中期后事项、或有事项和其他重要事项

（一）期后事项

1、重要的非调整事项

2015 年 1 月 14 日，本公司与北京申安联合有限公司、甘肃省文化产业发展集团有限公司共同出资设立读者传播，本公司以货币出资 2,400 万元，占其注册资本的 40%。

2、《读者》杂志定价修改事项

自 2015 年第 1 期起，《读者》杂志价格提高 2 元，定价 6 元。

（二）或有事项

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的或有事项。

（三）承诺事项

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的承诺事项。

（四）其他重要事项

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的其他重要事项。

十三、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
流动比率(倍)	4.74	4.70	3.72
速动比率（倍）	4.31	4.24	3.21
资产负债率（母公司）	14.63	16.41	15.71
无形资产占比（扣除土地使用权除外）	0.34%	0.43%	0.59%
财务指标	**2014 年度**	**2013 年度**	**2012 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	15,297.24	17,235.04	15,252.89
利息保障倍数（倍）	62.14	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.66	0.95	0.99
每股净现金流量（元）	0.60	0.83	-0.43
应收账款周转率（次）	4.95	6.37	6.55
存货周转率（次）	6.02	7.24	6.06

注：上述财务指标的计算方法如下：

流动比率＝流动资产/流动负债

速动比率＝（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率＝负债总额/资产总额

无形资产（土地使用权除外）占净资产的占比＝无形资产（扣除土地使用权，加上开发支出）/期末净资产

息税折旧摊销前利润＝利润总额+利息费用+固定资产折旧+投资性房地产折旧及摊销+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

利息保障倍数＝息税前利润 / 利息费用（息为利息支出、税为所得税）

每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

应收账款周转率＝营业收入/应收账款平均余额

存货周转率＝营业成本/存货平均余额

（二）净资产收益率和每股收益

按照证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》[2008 年修订]（证监会公告[2008]43 号）和《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的要求，公司 2012 年度、2013 年度及 2014 年度的净资产收益率及每股收益如下：

年度	财务指标	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2014 年度	归属于公司普通股股东的净利润	15.24	0.78	0.78
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.75	0.66	0.66
2013 年度	归属于公司普通股股东的净利润	20.30	0.91	0.91
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.67	0.79	0.79
2012 年度	归属于公司普通股股东的净利润	20.78	0.81	0.81
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	18.73	0.74	0.74

注：上述数据计算公式如下：

加权平均净资产收益率=P_0/（E_0＋NP÷2＋E_i×M_i÷M_0－ E_j×M_j÷M_0±E_k×M_k÷M_0）

其中：P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

基本每股收益=P_0÷S

S= S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0－ S_j×M_j÷M_0-S_k

其中：P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0 为期初股份总数；S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M_0 报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益=P_1/（S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0–S_j×M_j÷M_0–S_k+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P_1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十四、公司的资产评估情况

（一）发行人设立时的资产评估情况

1、资产评估情况

本公司设立时，由读者集团委托中科华以 2009 年 8 月 31 日为评估基准日，就读者集团拟整体重组投资发起设立股份公司所涉及的纳入股份公司的资产及相关负债进行了评估。2009 年 12 月 6 日，中科华出具了《读者集团有限公司部

分资产评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2009]第 P119 号），其中土地委托甘肃方家不动产评估咨询有限公司进行评估，中科华评报字[2009]第 P119 号评估报告引用了甘肃方家不动产评估咨询有限公司出具的甘方估字 2009146 号《读者集团有限公司改制涉及土地使用权价格评估土地估价报告》及 2009147 号《读者集团有限公司改制涉及土地使用权价格评估土地估价报告》中的评估值。

读者集团拟投入股份公司的资产在评估前总计为 18,775.96 万元，净资产为 9,524.84 万元；评估后资产总计为 23,029.09 万元，净资产为 13,777.97 万元，净资产较账面值增值 4,253.13 万元，增值率为 44.65%。上述评估结果业经《甘肃省财政厅关于读者集团发起设立股份公司资产价值确认的批复》（甘财资[2009]106 号）确认。具体评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率（%）
流动资产	9,800.24	10,738.05	937.81	9.57
长期股权投资	400.00	149.44	-250.56	-62.64
投资性房地产	907.70	1,063.13	155.43	17.12
固定资产	7,396.00	6,597.86	-798.14	-10.79
无形资产	272.01	4,480.62	4,208.61	1,547.23
资产总计	**18,775.96**	**23,029.09**	**4,253.13**	**22.65**
流动负债	8,645.09	8,645.09	-	-
非流动负债	606.03	606.03	-	-
负债总计	**9,251.12**	**9,251.12**	-	-
净资产	**9,524.84**	**13,777.97**	**4,253.13**	**44.65**

2、资产评估增值原因

由上表所示，净资产评估增值 44.65%，主要原因如下：

（1）长期股权投资

长期股权投资减值 62.64%，主要是由于各子公司的整体评估减值，各子公司减值主要是亏损所致。

（2）无形资产

无形资产增值 1,547.23%，主要是因为土地使用权增值。

3、资产评估的主要方法

本次评估采用资产基础法对各单项资产、负债进行评估，加和后确定整体资产评估结果。其中：流动资产采用历史成本法、现行市价法进行评估；长期股权投资采用成本法或对控股子公司进行整体评估后按股权占比确定评估值；

固定资产主要采用重置成本法评估；对于土地评估，土地评估机构在估价方法的选择上根据当地地产市场发展情况并结合估价对象的具体特点及估价目的以及所在地收集的资料情况，对于每一宗地的评估一般都选择了两种不同估价方法，然后对两种方法的分别测算结果进行综合分析得到最终能反映当地市场水平的土地价格；负债采用历史成本法确定评估值。

（二）增资扩股时的资产评估

根据甘肃省委文化体制改革工作领导小组办公室于 2010 年 9 月 25 日出具的《关于读者出版传媒股份有限公司增资扩股请示的批复》（省委文改办发[2010]3 号），本公司向光大资本投资有限公司、酒泉钢铁（集团）有限公司等 9 家投资者发行 2,000 万股人民币普通股，发行价格为每股人民币 11 元。为此，本公司委托中科华以 2010 年 6 月 30 日为评估基准日对本公司进行了资产评估。2010 年 8 月 6 日，中科华出具了《读者出版传媒股份有限公司拟增资扩股评估项目资产评估报告书》（中科华评报字[2010]第 P112 号）。

本次采用资产基础法进行评估，采用收益法进行整体验证。采用资产基础法的具体评估方法如下：

流动资产采用历史成本法、现行市价法进行评估；长期股权投资采用成本法或对控股子公司进行整体评估后按股权占比确定评估值；固定资产主要采用重置成本法评估；对于土地使用权评估，采用了基准地价系数修正法和成本逼近法，然后对两种方法的分别测算结果进行综合分析得到最终能反映当地市场水平的土地价格；对于商标权评估，主要采用超额收益法；负债采用历史成本法确定评估值。

截至评估基准日 2010 年 6 月 30 日，本公司经评估的总资产账面价值为 31,038.64 万元，总负债账面值为 8,692.98 万元，股东全部权益（净资产）账面

价值为 22,345.66 万元。本公司的股东全部权益价值按成本法（资产基础法）评估的评估值为 65,115.82 万元，评估增值 42,770.16 万元，增值率为 191.40%。本公司的股东全部权益价值按收益法评估的评估值为 74,353.18 万元，评估增值 52,007.52 万元，增值率为 232.74%。收益法结果较资产基础法差异原因主要为两种评估方法考虑的角度不同。收益法是从企业未来盈利能力的角度衡量被评估单位股东权益价值的大小；成本法（资产基础法）是从投入的角度估算企业价值的一种基本方法，虽然评估机构在利用资产基础法时，已对公司拥有的商标权等无形资产进行了评估，但没有包括被评估单位所拥有的市场客户资源、营销网络、特许经营权、人力资源等商誉价值。

评估机构对上述两种评估结论进行了分析，认为由于收益法评估各项参数的确定在很大程度上依赖各项评估假设并受国家政策和宏观经济变化的影响，从而使按收益法评估出的结果具有一定的不确定性，而资产基础受市场波动的影响较小，且在我国应用较为成熟，故本次评估结论最终选用资产基础法的评估结果，即本公司在持续经营假设前提下的市场价值评估值为 65,115.82 万元。

按照成本法进行评估的增值率为 191.40%，主要由于商标权评估增值 1,652.02%，增幅较大。目前，《读者》发行量居中国第一、世界综合类期刊第四，在海内外亿万读者中产生了深远的影响，“读者”品牌价值巨大，读者商标具有很高的知名度，给公司带来了较高且稳定的收入和利润，其价值在收益法评估中得到了体现，导致评估增值。

本次评估结果仅为增资扩股确定交易价格提供参考依据，公司并未因此次评估而调整账目或财务报表。

本次增资扩股的程序及结果已于 2010 年 12 月 13 日经甘肃省财政厅确认。2011 年 12 月 14 日甘肃省人民政府出具《甘肃省人民政府关于确认读者出版传媒股份有限公司增资扩股程序和结果的批复》（甘政函[2011]29 号），原则同意本公司增值扩股的程序及投资者的入股资格、持股数量和股权占比。

十五、历次验资情况

发行人自设立以来共进行过四次验资，具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、（一）历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意，以下讨论分析应结合本公司经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书揭示的其他财务信息一并阅读。非经特别说明，以下数据均为经审计的合并财务报表口径，金额以人民币元或万元为单位列示。

一、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产构成及其变动情况

报告期内，公司流动资产及非流动资产占总资产的占比如下：

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
流动资产	91,626.39	68.49	77,743.31	65.42	59,853.13	61.58
非流动资产	42,149.43	31.51	41,091.03	34.58	37,349.95	38.42
资产总计	**133,775.82**	**100.00**	**118,834.34**	**100.00**	**97,203.08**	**100.00**

报告期内，公司资产规模增长较快，流动资产占比较高。2012 年至 2014 年，公司的资产总额年复合增长率达到 17.31%。公司资产规模大幅增加的主要是由于公司经营带来的利润积累。公司资产的流动性较强，符合出版发行行业特点。

2、流动资产构成及其变动情况

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
货币资金	65,183.55	71.14	54,358.98	69.92	39,328.07	65.71
应收票据	12.00	0.01	1,385.00	1.78	651.93	1.09
应收账款	13,616.85	14.86	13,544.76	17.42	10,699.12	17.88
预付款项	1,690.37	1.84	505.86	0.65	731.91	1.22
其他应收款	472.02	0.52	313.25	0.40	221.26	0.37
存货	8,380.01	9.15	7,635.46	9.82	8,220.85	13.74

其他流动资产	2,271.59	2.48	-	-	-	-
合计	**91,626.39**	**100.00**	**77,743.31**	**100.00**	**59,853.13**	**100.00**

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款及存货构成，流动性较强。货币资金占比较高，2012 年末、2013 年末及 2014 年末占比分别为 65.71%、69.92%及 71.14%。截至 2014 年 12 月 31 日，同行业可比上市公司上述资产项目占流动资产的占比见下表：

项　目	时代出版	出版传媒	中南传媒	凤凰传媒	本公司
货币资金占比	26.92%	39.24%	82.89%	49.69%	71.14%
应收账款占比	25.48%	10.53%	6.44%	7.01%	14.86%
存货占比	21.80%	30.70%	8.14%	25.35%	9.15%
合　计	74.20%	80.47%	97.48%	82.05%	95.15%

资料来源：各公司定期报告。

从上表可以看出，本公司相关指标与同行业可比上市公司相比，货币资金和应收账款占比较大，存货占比较低，总体流动资产结构符合出版发行行业特点。公司期末各项流动资产的具体构成如下：

（1）货币资金

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
库存现金	31.75	0.05	18.23	0.03	21.27	0.05
银行存款	65,140.74	99.93	54,329.75	99.95	39,306.79	99.95
其他货币资金	11.06	0.02	11.00	0.02	-	-
合计	**65,183.55**	**100.00**	**54,358.98**	**100.00**	**39,328.07**	**100.00**

公司的货币资金主要为银行存款，报告期内，公司货币资金增长较快，2012 年至 2014 年，公司的货币资金年复合增长率达到 29. 00%，主要原因为公司主刊《读者》销售规模大、回款周期短；中小学义务教育教材由政府采购，回款良好，该两项业务经营现金流状况良好；同时，报告期内公司投资谨慎，未发生较大规模的资本性支出，导致报告期各期末货币资金增幅较大。

（2）应收账款

①应收账款

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	增长率（%）	金额（万元）	增长率（%）	金额（万元）	增长率（%）
账面余额	15,460.93	1.56	15,222.91	25.27	12,151.63	13.68
坏账准备	1,844.08	9.89	1,678.15	15.53	1,452.51	81.82
账面价值	**13,616.85**	**0.53**	**13,544.76**	**26.60**	**10,699.12**	**8.18**

2012 年末、2013 年末及 2014 年末，各期末应收账款净值占流动资产比例分别为 17.88%、17.42%及 14.86%。2013 年末应收账款余额较 2012 年末增加 3,071.28 万元，主要是应收上海纽合朴网络技术有限公司手机销售 1,592.64 万元及期刊、图书应收款增加所致。

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应收控股股东读者集团的款项为 0.68 万元，金额较小，为 2014 年公司销售给读者集团的图书款。截至本招股说明书签署日，读者集团已归还上述欠款。

②应收账款构成分析

报告期内，公司按账龄分类的应收账款情况如下：

账龄	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	11,793.81	81.53	13,301.76	93.61	10,712.53	95.90
1 至 2 年	1,990.89	13.76	702.09	4.94	399.11	3.57
2 至 3 年	506.77	3.50	154.53	1.09	28.13	0.25
3 至 4 年	140.58	0.97	27.05	0.19	10.29	0.09
4 至 5 年	9.25	0.06	9.47	0.07	9.58	0.09
5 年以上	23.59	0.16	14.42	0.10	10.56	0.09
合计	**14,464.89**	**100.00**	**14,209.32**	**100.00**	**11,170.20**	**100.00**

2012 年末、2013 年末及 2014 年末，公司按账龄分析法计提坏账准备的一年以内应收账款占比分别为 95.90%、93.61%及 81.53%，公司应收账款账龄结构合理，回款情况良好，产生坏账损失的风险较小。

截止 2014 年 12 月 31 日，公司对兰州市邮政局图书报刊零售销售总公司金额为 732.92 万元单项金额重大的应收款项，由于其部分欠款回收的可能性较小，计提了 606.14 万元的坏账准备；对北京学友园文化发展有限公司一笔金额为 262.44 万元单项金额不重大的应收款项，由于回收可能性小，全额计提了坏账准备。

③发行人按账龄计提坏账准备的金额和比例情况

报告期内，发行人按账龄计提坏账准备的金额和比例如下：

2014 年 12 月 31 日				
账 龄	账面余额		坏账准备	
	金额（万元）	占总额比例（%）	金额（万元）	计提比例（%）
1 年以内	11,793.81	81.53	589.69	5.00
1～2 年	1,990.89	13.76	199.09	10.00
2～3 年	506.77	3.5	101.35	20.00
3～4 年	140.58	0.97	56.23	40.00
4～5 年	9.25	0.06	5.55	60.00
5 年以上	23.59	0.16	23.59	100.00
合 计	14,464.89	100.00	975.51	--
2013 年 12 月 31 日				
账 龄	账面余额		坏账准备	
	金额（万元）	占总额比例（%）	金额（万元）	计提比例（%）
1 年以内	13,301.76	93.61	665.09	5.00
1～2 年	702.09	4.94	70.21	10.00
2～3 年	154.53	1.09	30.91	20.00
3～4 年	27.05	0.19	10.82	40.00
4～5 年	9.47	0.07	5.68	60.00
5 年以上	14.42	0.1	14.42	100.00
合 计	14,209.32	100.00	797.13	--
2012 年 12 月 31 日				
账 龄	账面余额		坏账准备	
	金额（万元）	占总额比例（%）	金额（万元）	计提比例（%）
1 年以内	10,712.53	95.9	535.63	5.00

1～2 年	399.11	3.57	39.91	10.00
2～3 年	28.13	0.25	5.63	20.00
3～4 年	10.29	0.09	4.11	40.00
4～5 年	9.58	0.09	5.75	60.00
5 年以上	10.56	0.1	10.56	100.00
合 计	11,170.20	100	601.59	--

报告期内，公司未发生应收账款核销和转回。发行人应收账款计提比例与同行业上市公司对比情况如下：

应收账款账龄	皖新传媒（601801）	时代出版（600551）	出版传媒（601999）	本公司
1 年以内	5%	5%	1%～5%	5%
1～2 年	10%	10%	20%	10%
2～3 年	20%	15%	35%	20%
3～4 年	40%	30%	50%	40%
4～5 年	40%	50%	50%	60%
5 年以上	100%	100%	100%	100%

发行人按照稳健性原则，根据自身特点和资产状况，制定应收账款坏账准备计提政策，计提减值准备。

④2013 年、2014 年末应收账款前 20 大客户信用期限的情形

发行人 2013 年应收账款前 20 大客户信用期限及回收情况如下表所示：

序号	客户名称	金额(万元)	内容及回款	是否过信用期
1	甘肃飞天传媒股份有限公司	4,473.65	2014 年 6 月收回	否
2	上海靓讯工贸有限公司	1,592.64	2014 年 3 月收回	否
3	兰州邮局发行局	751.15	其中 569.52 万元已计提坏账准备，其余收回	否
4	北京钰中兴文化传播公司	387.00	广告代理费，信用期 12 个月；2014 年收回 288 万元	是
5	甘肃省旅游局	384.00	2014 年 2 月收回	否
6	上海麒润正禾文化传播有限公司	345.46	2014 年 4 月、8 月收回	否
7	天津新华印刷厂一厂	320.20	业务合作终止；邮局刊款已付给印厂，印厂未付；已采取保	是

			全措施	
8	甘肃省出版总社发行公司	270.00	2014 年 12 月收回	否
9	北京学友园文化发展有限公司	262.44	已全额计提坏账准备	否
10	兰州新华印刷厂	260.36	为纸款，2014 年 6 月收回	否
11	安徽经纶文化传播有限公司	253.32	该笔款项为滚动发生，内容为书款，信用期 6 个月，2014 年已陆续收回	否
12	平安银行股份有限公司	249.79	活动收入，2014 年 3 月收回	否
13	深圳市中书出版发行事务有限公司	202.99	2014 年 6 月收回	否
14	中国工商银行甘肃分行营业部	200.00	广告款：120 万，书款：80 万；2014 年 3 月收回	否
15	中闻集团南京印务有限公司	186.61	纸款，2014 年 5 月收回	否
16	江苏省报刊发行局	167.22	2014 年 5 月收回	否
17	北京时代光华图书有限公司	157.50	2012 年 12 月发生，业务合作终止，已采取保全措施	是
18	北京博视得广告有限公司	155.47	2014 年 7 月收回	否
19	浙江新华数码印务有限公司	134.92	纸款，2014 年 4 月收回	否
20	上海起凤文化传播有限公司	134.45	该笔款项为滚动发生，信用期 6 个月，2014 年陆续收回	否

发行人 2014 年应收账款前 20 大客户信用期限及回收情况如下表所示：

序号	客户名称	金额(万元)	内容及回款	是否过信用期
1	甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司	4,576.95	2015 年 2 月收回教辅款，教材款尚未收回，信用期 6 个月	否
2	上海靓讯工贸有限公司	1,706.40	2015 年 4 月收回 810 万元；信用期 6 个月	否
3	兰州邮局发行局	732.92	其中 569.52 万元已计提坏账准备	否
4	甘肃新天地文化发展有限公司	724.00	2015 年 4 月收回	否
5	安徽经纶文化传播有限公司	422.79	2015 年 4 月收回 207.35 万元，信用期 6 个月	否
6	北京博视得广告有限公司	395.34	2015 年 2 月收回	否
7	北京钰中兴文化传播公司	318.16	广告代理费，信用期 12 个月；2015 年 3 月收到 133.80 万元	否
8	天津新华印刷厂一厂	320.20	业务合作终止；邮局刊款已付给印厂，印厂未付；已采取保	是

			全措施	
9	北京学友园文化发展有限公司	262.44	已全额计提坏账准备	否
10	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	226.88	2015 年 3 月收回	否
11	深圳市中书出版发行事务有限公司	224.01	2015 年 3 月收到 59 万元；信用期 6 个月	否
12	越普国际有限公司	218.41	1 月 5 日收到 195 万元；信用期 6 个月	否
13	北京好利国际文化传媒有限责任公司	189.76	信用期 6 个月	否
14	甘肃省报刊发行局	162.83	信用期 6 个月	否
15	安徽新华印刷股份有限公司	158.27	信用期 6 个月	否
16	北京时代光华图书有限公司	157.50	业务合作终止；已采取保全措施	是
17	甘肃省旅游局	150.00	信用期 6 个月	否
18	上海起凤文化传播有限公司	134.45	该笔款项为滚动发生，信用期 6 个月	否
19	天水新华印刷厂	131.17	信用期 6 个月	否
20	江苏省邮政书报刊销售中心	127.58	2015 年 3 月收到 9.78 万元，信用期 6 个月	否

发行人针对客户的不同情况确定不同的信用期限。发行人严格按照确定的信用期限考察客户的信用程度，如发现客户信用水平持续下降，将终止业务合作关系，并积极采取措施加强应收账款的催收工作。发行人 2013 年、2014 年前 20 名应收账款客户中除了终止业务合作的客户应收账款拖欠及 2013 年北京钰中兴文化传播公司因暂时资金周转困难拖欠外，其他客户还款正常，均在信用期内，发行人报告期内不存在放宽大客户信用期限的情形。

（3）预付款项

报告期内，公司各期末预付款项的账龄构成情况如下表：

账龄	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	1,556.73	92.09	211.65	41.84	652.06	89.09
1-2 年	24.78	1.47	293.31	57.98	78.95	10.79
2-3 年	108.76	6.43	-	-	0.80	0.11

3 年以上	0.10	0.01	0.90	0.18	0.10	0.01
合计	**1,690.37**	**100.00**	**505.86**	**100.00**	**731.91**	**100.00**

2012 年末、2013 年末，公司预付款项金额较小，主要是纸张采购及数码产品采购预付款。2014 年末，公司预付款项余额较 2013 年末增长 1,184.50 万元，主要系子公司读者数码预付深圳聚宝石科技有限公司、深圳市云汇数码科技有限公司的平板电脑采购款大幅增长所致。截止 2014 年 12 月 31 日，预付款项中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东欠款。

（4）其他应收款

公司其他应收款主要为公司日常经营活动所支出的押金、保证金及职工因工作需要向公司暂借的差旅费及出口退税款。截止 2014 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额中不存在关联方单位欠款。

报告期内，公司其他应收款账龄构成情况如下：

账龄	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	188.89	67.13	241.60	69.52	190.93	79.05
1 至 2 年	25.63	9.11	63.28	18.21	32.29	13.37
2 至 3 年	51.42	18.27	27.75	7.99	9.70	4.02
3 至 4 年	1.00	0.36	6.75	1.94	1.45	0.60
4 至 5 年	6.30	2.24	1.34	0.39	5.45	2.26
5 年以上	8.16	2.89	6.81	1.96	1.71	0.71
合计	**281.40**	**100.00**	**347.53**	**100.00**	**241.54**	**100.00**

2014 年末，公司对读者数码 2014 年出口平板电脑业务而形成的出口退税款 225.25 万元按其他组合单项测试减值，由于没有坏账风险，故未计提减值准备。

（5）存货

发行人期刊业务主要产品《读者》由全国 20 家印厂生产印刷，为了保证《读者》期刊印刷品质的统一，发行人向各印厂销售同一规格型号的纸张用于《读者》印刷生产。发行人为各印厂配备的《读者》印刷用纸，因使用跨期形成的存货，

发行人作为发出商品核算；另外，发行人部分图书通过各地新华书店和书商等渠道商代销，该部分图书也作为发出商品核算。报告期内发行人发出商品、库存商品和在产品占期末存货余额的比例见下表：

单位：万元

年份	发出商品		库存商品		在产品		存货余额
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	
2012 年	3,551.68	39.19%	5,349.86	59.02%	162.27	1.79%	9,063.81
2013 年	2,347.40	27.11%	5,517.36	63.73%	793.02	9.16%	8,657.78
2014 年	2,995.95	31.19%	5,840.43	60.80%	769.54	8.01%	9,605.92

报告期内，发行人库存商品按照产品种类的期末余额占比情况如下：

单位：万元

年份	类别	发出商品			库存商品			在产品		存货余额
		余额	占比	减值余额	余额	占比	减值余额	余额	占比	
2012 年	图书	1,662.39	18.34%	396.74	849.93	9.38%	302.41	-	-	-
	纸张	1,752.64	19.34%	-	3,957.37	43.66%	-	-	-	-
	期刊	136.65	1.51%	136.65	7.15	0.08%	7.15	-	-	-
	数码	-	-	-	492.68	5.44%	-	-	-	-
	其他	-	-	-	42.73	0.47%	-	--	-	-
	合计	3,551.68	39.19%	533.39	5,349.86	59.02%	309.56	162.27	1.79%	9,063.81
2013 年	图书	1,387.07	16.02%	630.83	487.5	5.63%	207.3	-	-	-
	纸张	838.03	9.68%	-	4,315.79	49.85%	-	-	-	-
	期刊	122.3	1.41%	122.3	61.88	0.71%	61.88	-	-	-
	数码	-	-	-	601.93	6.95%	-	-	-	-
	其他	-	-	-	50.26	-	-	-	-	-
	合计	2,347.40	27.11%	753.13	5,517.36	63.73%	269.18	793.02	9.16%	8,657.78
2014 年	图书	1,463.23	15.23%	781.37	559.57	5.83%	231.71	-	-	-
	纸张	1,483.25	15.44%	-	3,858.65	40.17%	-	-	-	-
	期刊	49.47	0.51%	49.47	163.36	1.70%	163.36	-	-	-
	数码	-	-	-	1,218.79	12.69%	-	-	-	-
	其他	-	-	-	40.06	0.42%	-	-	-	-
	合计	2,995.95	31.19%	830.84	5,840.43	60.80%	395.07	769.54	8.01%	9,605.92

① 异地存货及存货控制措施

发行人异地存款主要包括存放在各地新华书店和代理销售的渠道商的发出图书和《读者》期刊用纸在各印厂的库存。

A、各报告期末，发行人《读者》期刊用纸在各印厂的库存情况

a、2012 年度纸张库存情况

品种	印厂名称	结存数量（吨）	单价（元/吨）	金额（元）
55g 胶版	安徽新华印刷股份有限公司	144.32	4,805.34	693,505.97
	北京凌奇印刷有限公司	349.01	4,805.34	1,677,110.03
	深圳大公印刷有限公司	157.26	4,805.34	755,687.01
	东北印刷厂	114.22	4,805.34	548,865.38
	中闻集团福州印务有限公司	73.76	4,805.34	354,441.54
	广西民族印刷包装集团有限公司	52.55	4,805.34	252,520.36
	河南新华印刷集团有限公司	137.54	4,805.34	660,925.80
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	97.23	4,805.34	467,222.74
	吉林省省委机关印刷厂	58.48	4,805.34	281,016.00
	中闻集团济南印务有限公司	235.23	4,805.34	1,130,358.99
	中闻集团南京印务有限公司	383.36	4,805.34	1,842,173.29
	山西新华印业有限公司	90.21	4,805.34	433,489.29
	上海中华印刷有限公司	184.62	4,805.34	887,160.98
	四川新华彩色印刷有限公司	119.2	4,805.34	572,795.95
	天津新华一印刷有限公司	147.87	4,805.34	710,564.91
	深圳天之彩印刷有限公司	151.74	4,805.34	729,161.56
	中闻集团武汉印务有限公司	33.13	4,805.34	159,200.75
	浙江新华数码印务有限公司	290.19	4,805.34	1,394,460.22
80g 双铜	北京凌奇印刷有限公司	49.84	5,551.91	276,707.08
	河南新华印刷集团有限公司	42.62	5,551.91	236,622.30
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	15.32	5,551.91	85,055.22
	吉林省省委机关印刷厂	28.12	5,551.91	156,119.64
	中闻集团济南印务有限公司	44.79	5,551.91	248,669.94
	兰州新华印刷厂	222.23	5,551.91	1,233,800.43
	中闻集团南京印务有限公司	98.44	5,551.91	546,529.79
	山西新华印业有限公司	62.89	5,551.91	349,159.47
	浙江新华数码印务有限公司	28.60	5,551.91	158,784.56
120g 双	北京凌奇印刷有限公司	20.64	5,045.37	104,136.43

铜	东北印刷厂	5.77	5,045.37	29,111.78
	河南新华印刷集团有限公司	10.73	5,045.37	54,136.82
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	9.89	5,045.37	49,898.70
	中闻集团济南印务有限公司	13.20	5,045.37	66,598.88
	中闻集团南京印务有限公司	39.91	5,045.37	201,360.70
	山西新华印业有限公司	13.20	5,045.37	66,598.88
	浙江新华数码印务有限公司	22.28	5,045.37	112,410.83
合 计		**3,548.39**	**4,939.24**	**17,526,362.22**

b、2013 年度纸张库存情况

品种	印厂名称	结存数量（吨）	单价（元/吨）	金额（元）
55g 胶版	安徽新华印刷股份有限公司	121.00	4,586.18	554,927.98
	北京凌奇印刷有限公司	162.90	4,586.21	747,093.54
	深圳大公印刷有限公司	54.08	4,586.48	248,036.92
	东北印刷厂	40.85	4,586.09	187,341.97
	中闻集团福州印务有限公司	78.20	4,585.98	358,623.40
	广西民族印刷包装集团有限公司	21.75	4,587.20	99,771.67
	河南新华印刷集团有限公司	49.83	4,586.12	228,526.45
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	42.10	4,586.67	193,098.93
	中闻集团济南印务有限公司	94.09	4,586.40	431,534.67
	中闻集团南京印务有限公司	111.53	4,586.08	511,485.00
	山西新华印业有限公司	97.86	4,586.27	448,812.66
	上海中华印刷有限公司	148.09	4,586.04	679,146.72
	四川新华彩色印刷有限公司	136.78	4,586.12	627,289.17
	天津新华一印刷有限公司	43.23	4,585.76	198,242.29
	浙江新华数码印务有限公司	137.35	4,586.04	629,892.90
80g 双铜	河南新华印刷集团有限公司	18.70	5,131.35	95,956.20
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	10.33	5,131.35	53,006.82
	吉林省省委机关印刷厂	8.18	5,131.35	41,974.43
	中闻集团济南印务有限公司	44.79	5,131.35	229,833.07
	兰州新华印刷厂	187.24	5,131.35	960,793.57
	中闻集团南京印务有限公司	58.57	5,131.35	300,543.04
	山西新华印业有限公司	13.05	5,131.35	66,964.09
120g 双铜	安徽新华印刷股份有限公司	9.80	4,239.93	41,551.34
	兰州新华印刷厂	98.55	4,239.75	417,827.18
	山西新华印业有限公司	6.60	4,239.69	27,981.96
合 计		**1,795.45**	**4,667.50**	**8,380,255.97**

发行人每年采购《读者》用纸四次，备纸量约为每年总用量的四分之一。2012

年总用量为 5,190.36 万元，备纸量约为 1,300.00 万元左右。2011 年底及 2102 年，公司按照生产计划为 2012 年和 2013 年的《读者》印刷备纸较多，2012 年期末余额 1,752.64 万元，2013 年采购 5,478.90 万元（当期实际用量为 5,051.35 万元），由于 2013 年《读者》印量下滑 5.5%，且纸张市场价格持续小幅下跌，同时备纸计划是公司与印厂共同制定，公司为减少存货占款，避免损失扩大，将其中超过 2013 年当期实际用量的库存纸张 1,421.4 万元（约为计划的 2014 年 1-3 月用纸量）销售给印厂分担消化，导致 2013 年末《读者》库存备纸金额 838.03 万元低于正常水平。

c、2014 年度纸张库存情况

品种	印厂名称	结存数量（吨）	单价（元/吨）	金额（元）
90g 双铜	上海中华印刷有限公司	21.40	7,521.08	160,951.01
105g 双铜	东北印刷厂	10.38	4,443.27	46,121.10
	中闻集团武汉印务有限公司	37.36	4,444.22	166,036.00
	广西民族印刷包装集团有限公司	15.57	4,443.27	69,181.67
	山西新华印业有限公司	17.64	4,444.78	78,405.89
	中闻集团南京印务有限公司	39.43	4,444.84	175,260.22
	中闻集团福州印务有限公司	23.87	4,444.01	106,078.56
	中闻集团山东印务有限公司	19.72	4,443.72	87,630.10
	浙江新华数码印务有限公司	25.94	4,444.98	115,302.78
	上海中华印刷有限公司	37.36	4,444.22	166,036.00
	深圳天之彩印刷有限公司	29.06	4,443.88	129,139.11
	四川新华彩色印刷有限公司	35.28	4,444.78	156,811.78
	贵州圣泉实业发展有限公司	19.72	4,443.72	87,630.11
	兰州新华印刷厂	34.25	4,443.79	152,199.67
	河南新华印刷集团有限公司	12.45	4,445.41	55,345.33
	三友印务（深圳）有限公司	39.43	4,444.84	175,260.22
	安徽新华印刷股份有限公司	21.79	4,444.90	96,854.33
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	11.42	4,442.49	50,733.22
157g 双铜	东北印刷厂	7.56	4,424.73	33,450.93
	中闻集团武汉印务有限公司	39.67	4,426.96	175,617.41
	广西民族印刷包装集团有限公司	11.33	4,428.63	50,176.40
	山西新华印业有限公司	7.56	4,424.73	33,450.93
	中闻集团南京印务有限公司	24.56	4,426.53	108,715.54
	北京盛通印刷股份有限公司	14.17	4,426.29	62,720.50
	中闻集团福州印务有限公司	23.61	4,427.54	104,534.17

	中闻集团山东印务有限公司	14.17	4,426.29	62,720.50
	浙江新华数码印务有限公司	19.83	4,428.07	87,808.70
	上海中华印刷有限公司	19.83	4,428.07	87,808.70
	深圳天之彩印刷有限公司	15.11	4,427.66	66,901.87
	四川新华彩色印刷有限公司	18.89	4,427.07	83,627.33
	贵州圣泉实业发展有限公司	15.11	4,427.66	66,901.87
	兰州新华印刷厂	25.50	4,427.33	112,896.91
	河南新华印刷集团有限公司	4.72	4,429.42	20,906.84
	三友印务（深圳）有限公司	26.44	4,428.07	117,078.27
	安徽新华印刷股份有限公司	12.28	4,426.53	54,357.77
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	9.44	4,429.41	41,813.67
70 克胶版（平板）	安徽新华印刷股份有限公司	14.71	5,129.32	75,452.31
	贵州新华印务有限责任公司	37.60	5,128.26	192,822.56
	河南新华印刷集团有限公司	81.74	5,128.21	419,179.49
	黑龙江龙江传媒有限责任公司	68.66	5,128.32	352,110.77
	山西新华印业股份公司	31.06	5,128.40	159,288.21
70 克胶版（卷筒）	安徽新华印刷股份有限公司	85.61	4,999.71	428,025.00
	北京盛通印刷股份有限公司	283.90	4,999.98	1,419,495.00
	东北印刷厂	59.10	5,000.25	295,515.00
	广西民族印刷包装集团有限公司	40.33	5,000.50	201,670.00
	贵州新华印务有限责任公司	98.58	5,000.00	492,900.00
	兰州新华印刷厂	238.44	4,999.90	1,192,175.00
	三友印务（深圳）有限公司	104.22	5,000.19	521,120.00
	山西新华印业股份公司	73.22	5,000.07	366,105.00
	上海中华印刷有限公司	136.37	5,000.00	681,850.00
	深圳天之彩印刷有限公司	161.04	4,999.84	805,175.00
	四川新华彩色印务有限公司	119.46	4,999.83	597,280.00
	浙江新华数码印务有限公司	152.89	4,999.84	764,425.00
	中闻集团福州印务有限公司	58.80	4,999.74	293,985.00
	中闻集团南京印务有限公司	159.07	4,999.87	795,330.00
	中闻集团山东印务有限公司	110.35	5,000.00	551,750.00
	中闻集团武汉印务有限公司	156.08	4,999.87	780,380.00
合 计		**3,033.08**	**4,890.24**	**14,832,498.75**

2012-2014 年《读者》封面用纸是 120 克双铜纸，插页用纸是 80 克双铜纸，内文用纸是 55 克胶版纸。2015 年起《读者》改版，用纸升级，封面用纸是 157 克双铜，插页用纸是 105 克双铜，内文用纸是 70 克胶版纸。2014 年末的《读者》库存纸张是为《读者》2015 年第 1-6 期印刷提前采购的纸张备货，因此纸张型号

与 2012 年和 2013 年期末的不同。

B、发行人异地存货控制措施

a、《读者》用纸的流程控制

发行人异地存货主要是《读者》的用纸。印厂根据单期的印数，预估一个季度的纸张用量，通过传真向发行人各区域经理报送采购计划，各区域经理将各印厂的采购计划汇总后向招标纸厂下订单采购。纸张直接由纸厂运输至各印厂，数量和质量的验收、仓储工作由印厂执行。到货后，印厂验收，填写发行人统一制定的收货单并传真至发行人，发行人纸张管理人员汇总后与纸厂开具的纸张销售发票上的品种、数量、金额核对无误后，汇总制作纸张付款审批单、纸张发货单，交由财务部门审核付款；财务人员根据纸张付款审批单、纸张发货单记帐入库，依据一定时间内（一般为 3 个月）印厂领用生产量和合同约定的价格确认收入，并结转纸张销售成本。

b、纸张保管及责任认定

发行人与印厂协议约定：纸张入库后由印厂负责管理，如在库存期间出现受潮、火灾等及人为破坏导致纸张受损而不能使用，损失由印厂承担。

为加强该异地纸张的管控，发行人大区经理负责定期不定至对应印厂抽盘库存纸张，检查纸张使用、保管情况，确保纸张异地存放的安全性。

c、发出图书的控制措施

报告期内，发行人发出图书均制作代销清单，定期与代销单位结合销售清单核对发出商品的内容和数量。对于发出商品的退回作退库处理，重新发出的制作代销清单。发行人期末与代销单位核对发出商品，并制作盘点表。

②原材料、库存商品、发出商品库龄和跌价准备匹配情况分析

报告期内，发行人的发出商品主要是全国 20 家《读者》合作印厂的印刷用纸、一般图书（含教辅）及少量期刊。发行人报告期内原材料、库存商品、发出商品库龄和跌价准备匹配情况如下表所示：

发行人 2012 年发出商品及库存商品库龄和跌价准备匹配情况见下表：

单位：万元

项目	库龄	发出商品				库存商品			
		存货余额	期末码洋	减值余额	减值占比	存货余额	期末码洋	减值余额	减值占比
图书	1 年内	980.91	6,358.58	-	-	194.01	1,565.93	-	-
	1-2 年	367.31	1,583.56	143.62	9.07%	413.56	1,222.87	119.94	9.81%
	2-3 年	68.52	316.61	52.15	16.47%	55.57	218.84	41.72	19.06%
	3 年以上	245.64	980.83	200.97	20.49%	186.80	572.88	140.75	24.57%
	小计	1,662.39	9,239.59	396.74	4.29%	849.93	3,580.51	302.41	8.45%
期刊	1 年内	63.17	-	63.17	-	7.15	-	7.15	-
	1-2 年	73.48	-	73.48	-	-	-	-	-
	小计	136.65	-	136.65	-	7.15	-	7.15	-
纸张	1 年以内	1,752.64	-	-	-	3,957.37	-	-	-
	小计	1,752.64	-	-	-	3,957.37	-	-	-
数码	库龄	金额	数量	减值余额	减值占比	金额	数量（台）	减值余额	减值占比
	1 年以内	-	-	-	-	450.58	5,986.00	-	-
	1-2 年	-	-	-	-	42.10	492.00	-	-
	小计	-	-	-	-	492.68	6,478.00	-	-
其他	1 年以内	-	-	-	-	42.73	-	-	-
合计		**3,551.68**	-	**533.39**	-	**5,349.86**	-	**309.56**	-

发行人 2013 年发出商品及库存商品库龄和跌价准备匹配情况见下表：

单位：万元

项目	库龄	发出商品				库存商品			
		期末余额	期末码洋	减值余额	减值占比	期末余额	期末码洋	减值余额	减值占比
图书	1 年内	437.43	2,024.93	-	-	42.81	317.59	-	-
	1-2 年	246.01	1,169.79	114.41	9.78%	156.77	426.90	29.98	7.02%
	2-3 年	445.36	1,644.73	281.47	17.11%	122.28	447.58	64.18	14.34%
	3 年以上	258.27	951.53	234.96	24.69%	165.64	434.81	113.14	26.02%
	小计	1,387.07	5,790.98	630.83	10.89%	487.50	1,626.89	207.30	12.74%
期刊	1 年内	32.59	-	32.59	-	41.17	-	41.17	-
	1-2 年	16.23	-	16.23	-	20.70	-	20.70	-
	2-3 年	73.48	-	73.48	-	-	-	-	-
	小计	122.30	-	122.30	-	61.88	-	61.88	-
纸张	1 年以内	838.03	-	-	-	4,315.79	-	-	-
	小计	838.03	-	-	-	4,315.79	-	-	-
数码	库龄	金额	数量	减值余额	减值占比	金额	数量（台）	减值余额	减值占比
	1 年以内	-	-	-	-	264.03	81,770	-	-

	1-2 年	-	-	-	-	298.03	3,706	-	-
	2-3 年	-	-	-	-	39.87	466	-	-
	小计	-	-	-	-	601.93	85,942	-	-
其他	-	-	-	-	-	50.26	-	-	-
合计		**2,347.40**	**-**	**753.13**	**-**	**5,517.36**	**-**	**269.18**	**-**

发行人 2014 年发出商品及库存商品库龄和跌价准备匹配情况见下表：

单位：万元

项目	库龄	发出商品				库存商品			
		期末余额	期末码洋	减值余额	减值占比	期末余额	期末码洋	减值余额	减值占比
图书	1 年内	341.19	2,023.42	-	-	153.89	464.11	-	-
	1-2 年	286.67	1,071.54	95.54	8.92%	76.29	243.82	20.60	8.45%
	2-3 年	446.73	1,722.17	335.52	19.48%	117.75	329.37	47.99	14.57%
	3 年以上	388.64	1,412.08	350.30	24.81%	211.64	660.66	163.13	24.69%
	小计	1,463.23	6,229.20	781.37	12.54%	559.57	1,697.96	231.71	13.65%
期刊	1 年内	10.41	-	10.41	-	107.89	-	107.89	-
	1-2 年	32.59	-	32.59	-	48.32	-	48.32	-
	2-3 年	6.47	-	6.47	-	7.15	-	7.15	-
	3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	49.47	-	49.47	-	163.36	-	163.36	-
纸张	1 年内	1,483.25				3,858.65	-	-	-
	小计	1,483.25				3,858.65	-	-	-
数码	库龄	金额	数量	减值余额	减值占比	金额	数量（台）	减值余额	减值占比
	1 年以内	-	-	-	-	718.64	20,736	-	-
	1-2 年	-	-	-	-	291.85	82,110	-	-
	2-3 年	-	-	-	-	173.13	2,084	-	-
	3 年以上	-	-	-	-	35.17	411	-	-
	小计	-	-	-	-	1,218.79	105,341	-	-
其他	-	-	-	-	-	40.06	-	-	-
合计		**2,995.95**	**-**	**830.84**	**-**	**5,840.43**	**-**	**395.07**	**-**

报告期内，发行人发出商品和库存商品主要包括图书（含教辅）、数码产品和纸张原材料。按照财政部颁布的《新闻出版业会计核算办法》（财会〔2004〕1 号），图书的存货跌价准备应按照图书总定价（即图书总码洋）的一定比例计提，发行人制定公司的存货跌价准备计提会计政策：图书（含教辅）库龄 1-2 年按照

图书码洋的 10%；库龄 2-3 年按照图书码洋的 20%；库龄 3 年以上的按照图书码洋的 30%计提跌价准备，跌价准备计提至图书实际成本后不再继续计提。纸质期刊当年出版的，按年末库存实际成本提取。

上表可以看出，发行人报告期期末各库龄图书（含教辅）减值余额占期末码洋的比例不足公司会计政策的计提比例，主要是因为部分图书如果按对应计提比例计提的跌价准备将超过其实际成本，从而导致其实际计提的跌价准备比例不足会计政策计提比例。发行人对一年以内没有实现销售的期刊按照其实际成本 100%计提了跌价准备。发行人数码产品、纸张原材料各报告期末没有发生减值情形，未计提跌价准备。

③报告期内发行人存货跌价准备计提、核销情况

报告期内，发行人存货跌价准备计提包括对印刷超过 1 年的图书（含教辅）按照公司会计政策计提跌价准备；对期刊当年未实现销售的按成本全额计提跌价准备，由于印刷用纸和数码产品经测试未出现减值情形，未计提跌价准备。报告期内发行人存货跌价准备计提、核销情况见下表：

A、报告期内，发行人发出商品的跌价准备计提、核销

单位：万元

类别	库龄	2012 年	2013 年				2014 年			
		减值余额	期初余额	本期计提	本期核销	减值余额	期初余额	本期计提	本期核销	减值余额
图书	1 年内	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1-2 年	143.62	-	179.62	65.21	114.41	-	128.94	33.40	95.54
	2-3 年	52.15	143.62	226.33	88.48	281.47	114.41	277.09	55.98	335.52
	3 年以上	200.97	253.12	27.14	45.31	234.96	516.43	-88.91	77.21	350.31
	小计	396.74	396.74	433.09	199.00	630.83	630.83	317.12	166.59	781.37
期刊	1 年内	63.17	-	32.59	-	32.59	-	10.41	-	10.41
	1-2 年	73.48	63.17	10.07	57.01	16.23	32.59	16.82	16.82	32.59
	2-3 年	-	73.48	-	-	73.48	16.23	-9.76	-	6.47
	3 年以上	-	-	-	-	-	73.48	-	73.48	-
	小计	136.65	136.65	42.66	57.01	122.31	122.30	17.48	90.30	49.47
合计		**533.39**	**533.39**	**475.75**	**256.01**	**753.13**	**753.13**	**334.6**	**256.89**	**830.84**

B、报告期内，发行人库存商品的跌价准备计提、核销情况

单位：万元

类别	库龄	2012 年	2013 年				2014 年			
		减值余额	期初余额	本期计提	本期核销	减值余额	期初余额	本期计提	本期核销	减值余额
图书	1 年内	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1-2 年	119.94	-	41.36	11.38	29.98	-	35.83	15.24	20.59
	2-3 年	41.72	119.94	-38.84	16.92	64.18	29.98	32.02	14.02	47.99
	3 年以上	140.75	182.47	-25.26	44.08	113.14	177.32	5.17	19.36	163.13
	小计	302.41	302.41	-22.74	72.38	207.30	207.30	73.03	48.61	231.71
期刊	1 年内	7.15	-	48.32	-	48.32	-	107.89	-	107.89
	1-2 年	-	7.15	9.13	2.73	13.55	48.32	0.93	0.93	48.32
	2-3 年	-	-	-	-	-	13.55	-6.41	-	7.15
	3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	7.15	7.15	57.46	2.73	61.88	61.87	102.41	0.93	163.36
合计		**309.56**	**309.56**	**34.72**	**75.11**	**269.18**	**269.18**	**175.44**	**49.54**	**395.07**

报告期内，发行人无存货跌价准备转回；存货本期计提按照图书库存库龄根据会计政策补提跌价准备；计提跌价准备的图书实现销售后核销原计提的跌价准备；本期计提与核销的差额加上期初余额为期末跌价准备余额。

C、报告期内，公司“读者”品牌手机、平板电脑和电纸书的期末存货库龄及减值情况

库龄	读者手机		读者平板电脑		读者电纸书	
	数量（台）	金额（万元）	数量（台）	金额（万元）	数量（台）	金额（万元）
2014年末						
1年以内	608	42.06	690	46.14	—	—
1-2年	1,807	122.32	1,373	105.87	—	—
2-3年	—	—	90	4.66	1,994	168.47
3-4年	—	—	—	—	411	35.17
合计	2,415	164.38	2,153	156.67	2,405	203.64
2013年末						
1年以内	2,723	185.83	386	16.43	—	—
1-2年	—	—	1,321	103.24	2,385	194.79
2-3年	—	—	—	—	466	39.87
合计	2,723	185.83	1,707	119.67	2,851	234.67
2012年末						

1年以内	835	85.23	1,768	117.13	3,340	234.85
1-2年	—	—	—	—	492	42.10
合计	835	85.23	1,768	117.13	3,832	276.95

报告期内，公司主要数码产品采购、销售和期末结存的平均单价见下表：

单位：元

项目	2012 年度			2013 年度			2014 年度		
	采购单价	销售单价	库存单价	采购单价	销售单价	库存单价	采购单价	销售单价	库存单价
手机	812.05	810.31	1,020.70	791.47	815.06	682.45	787.41	791.52	680.65
平板	668.71	934.92	662.49	573.76	775.92	701.05	346.22	362.43	348.33
电纸书	617.98	845.86	722.73	875.00	753.47	823.10	—	852.75	846.74

2012 年，发行人误将研发费用 30.85 万元研发费用计入手机成本，2013 年初发现后将其从手机成本中调入销售费用。扣除该笔研发费用后，2012 年手机库存单价为 651.18 万元，低于当期销售价格。

报告期内，除 2013 年电纸书销售价格略低于库存单价外，发行人数码产品销售单价高于期末库存产品单价，库存产品未发生明显减值迹象，因此未对期末库存数码产品计提跌价准备。

公司密切关注滞销产品的市场情况，并及时对滞销产品进行处置。另外，2014 年末，公司主要数码产品库存金额为 524.69 万元，占公司期末存货的 6.26%，数码产品未计提跌价准备对公司经营业绩影响较小。

④各期末各地仓库分布、存货价值分布以及期末在产品的主要内容

报告期内，发行人各期末库存商品分布情况如下表所示：

年份	一般图书		纸张		数码产品		其他		存货余额
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比	
2012 年	849.93	15.89%	3,957.37	73.97%	492.68	9.21%	49.88	0.93%	5,349.87
2013 年	493.91	8.95%	4,315.79	78.22%	601.93	10.91%	105.72	1.92%	5,517.35
2014 年	560.43	9.60%	3,858.65	66.07%	1,218.79	20.87%	202.55	3.47%	5,840.43

A、报告期各期末存货的仓库分布和存货价值分布情况

a、2014 年期末各地存货价值分布

单位：元

商品分类	仓库名称	仓库地点	期末余额
一般图书	小西湖库房	兰州市	4,720,076.97
教辅	小西湖库房	兰州市	324,099.27
纸张	龚家湾库房	兰州市	2,935,761.36
纸张	兰州物资局仓库	兰州市	24,958,234.89
数码产品及配件	数码公司办公室库房	兰州市	3,942,140.49
一般图书	期刊中心仓库	兰州市	23,824.67
期刊	期刊中心仓库	兰州市	509,211.54
纸张	天水物资站仓库	天水市	10,692,542.03
期刊	旺财传媒公司办公室库房	北京市	1,322,647.57
工艺品	旺财传媒公司办公室库房	北京市	193,686.00
一般图书	读者天地公司办公室库房	北京市	16,378.00
数码产品及配件	读者数码公司深圳分公司办公室库房	深圳市	8,245,774.73
一般图书	读者文化公司办公室库房	广州市	519,892.77
合计	-	-	**58,404,270.29**

b、2013 年期末各地存货价值分布

单位：元

商品分类	仓库名称	仓库地点	期末余额
一般图书	小西湖库房	兰州市	3,589,442.11
教辅	小西湖库房	兰州市	495,072.96
纸张	兰州物资站仓库	兰州市	30,247,239.83
纸张	龚家湾库房	兰州市	3,027,434.50
数码产品及配件	数码公司办公室库房	兰州市	3,895,104.64
期刊	期刊中心仓库	兰州市	245,551.56
纸张	天水物资站仓库	天水市	9,883,202.11
期刊	旺财传媒公司办公室库房	北京市	309,104.89
工艺品	旺财传媒公司办公室库房	北京市	502,580.00
一般图书	读者天地公司办公室库房	北京市	258,211.14
数码产品及配件	读者数码公司深圳分公司办公室库房	深圳市	2,124,244.26
一般图书	读者文化公司办公室库房	广州市	596,339.46
合计	-	-	**55,173,527.46**

c、2012 年期末各地存货价值分布

单位：元

商品分类	仓库名称	仓库地点	期末余额
一般图书	小西湖库房	兰州市	7,962,637.14
教辅	小西湖库房	兰州市	311,262.62
纸张	兰州物资站仓库	兰州市	27,720,608.05
原材料	龚家湾库房	兰州市	1,731,072.28
数码产品	读者数码公司办公室库房	兰州市	2,330,883.95
原创动画	读者动漫公司办公室	兰州市	427,349.72
期刊	期刊中心仓库	兰州市	71,470.29
纸张	天水物资站仓库	天水市	10,122,007.29
数码产品	读者数码公司深圳分公司办公室库房	深证市	2,595,933.57
一般图书	读者文化公司办公室库房	广州市	225,446.82
合计	-	-	**53,498,671.73**

B、报告期各期末的在产品主要内容

单位：元

项　目	2014 年末	2013 年末	2012 年末
一般图书	4,983,687.78	2,248,720.17	556,238.65
期刊	335,863.96	313,122.16	-
教辅	2,046,501.14	5,368,384.50	1,047,440.91
动漫	329,367.13	-	18,980.00
合计	**7,695,420.01**	**7,930,226.83**	**1,622,659.56**

发行人报告期期末的一般图书（含教辅）、期刊在产品主要是未结转的印制费用、制造费用；动漫在产品为未完工结转的动画片、宣传片的制作费用。

（6）其他流动资产

截止2014年12月31日，公司其他流动资产余额为2,271.59万元，为预缴及待抵扣的增值税271.59万元和预付万达百货有限公司的场地租赁费2,000万元。

3、非流动资产构成及其变动情况

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
可供出售金融资产	612.40	1.45	612.40	1.49	612.40	1.64
长期股权投资	2,688.93	6.38	2,492.21	6.07	2,298.36	6.15
投资性房地产	1,403.29	3.33	1,453.70	3.54	1,504.10	4.03
固定资产	30,924.54	73.37	4,851.56	11.81	4,976.62	13.32

在建工程	-	-	20,818.32	50.66	19,173.65	51.34
无形资产	2,949.11	7.00	3,056.91	7.44	3,176.91	8.51
开发支出	681.11	1.62	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	14.10	0.03	362.60	0.97
递延所得税资产	87.16	0.21	59.92	0.15	1.31	0.00
其他非流动资产	2,802.88	6.65	7,731.91	18.82	5,244.00	14.04
合计	**42,149.43**	**100.00**	**41,091.03**	**100.00**	**37,349.95**	**100.00**

报告期内，公司的非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产、长期股权投资及投资性房地产构成。

（1）可供出售金融资产

2012 年 2 月，公司以 612.40 万元向读者集团收购其持有的泰山传媒 10%股权，按成本法核算此项长期股权投资。2014 年，公司执行财政部颁布的《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订），对投资泰山传媒的 612.40 万元长期股权投资调整至可供出售金融资产科目核算及列报，并按成本法进行后续计量，同时追溯调整以前年度金额。

（2）长期股权投资

截止 2014 年末，公司 2,688.93 万元长期股权投资为参股公司新星出版的投资款。2011 年 8 月，公司向新星出版投资 2,060 万元，占其注册资本的 30%，2011 年度、2012 年度及 2013 年度分别实现投资收益 107.45 万元、130.91 万元和 193.86 万元，2013 年 12 月 31 日建投华文传媒投资有限责任公司对新星出版进行增资，增资后公司持有新星出版 18%的股权，公司在新星出版董事会派有一名董事，对其施加重大影响，2014 年仍按权益法核算此项股权投资，当期实现投资收益 196.72 万元。

（3）投资性房地产

公司投资性房地产主要是已出租的位于兰州市七里河区西湖街道硷沟沿 121 号一处仓库用房产，此项投资性房地产的初始投资成本为 1,827.23 万元，年计提折旧和摊销 50.40 万元，截止 2014 年 12 月 31 日，共计提折旧和摊销 423.94 万元；期末投资性房地产不存在减值情形，未计提减值准备。

（4）固定资产

公司主要固定资产包括生产所需房屋建筑物、机器设备、运输设备及办公设备，资产状况良好。截止 2014 年 12 月 31 日，公司固定资产原值为 34,957.99 万元，累计折旧为 4,033.45 万元，净值为 30,924.54 万元，期末固定资产不存在减值情形，未计提减值准备。

报告期内，公司固定资产净值的变动情况如下表所示：

单位：万元

类别	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
房屋建筑物	28,687.99	3,270.76	3,385.12
机器设备	79.11	115.01	156.40
运输设备	559.96	530.65	384.97
电子及其他设备	1,597.48	935.14	1,050.13
合计	**30,924.54**	**4,851.56**	**4,976.62**

2014 年末比 2013 年末原值增加 27,039.39 万元，主要原因为 2014 年 6 月“读者新媒体大厦项目”工程已完工，但未办理竣工决算，暂估转入固定资产 25,914.35 万元，其中：暂估转入房屋建筑物金额 25,890.35 万元，转入电子及其他设备 24.00 万元。

（5）在建工程

公司在建工程为“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”，此项目的实施主体为读者新媒体。2014 年 6 月，在建工程“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”已经完工，全额暂估转入固定资产。

①新媒体大厦项目协议完工时间、竣工验收时间和预计可使用时间

2010 年 9 月 20 日，项目管理方天津泰达创业商业地产开发有限公司编制《读者新媒体大厦工程总预算》，读者新媒体大厦预算总额为 24,750.50 万元。发行人委托吉化集团吉林市北方建设有限公司承担工程总承包施工，根据读者新媒体与总承包商于 2010 年 12 月 10 日签订的《读者（天津生态城）新媒体大厦施工总承包工程施工合同》，该工程总承包工程合同价款为 16,329.68 元，协议完工时间为 2012 年 5 月 15 日。

新媒体大厦于 2010 年 12 月 18 日正式开工，2011 年 4 月完成桩基分部验收；

2011 年 9 月完成基础分部验收；2012 年 5 月完成主体结构分部验收；2013 年 6 月底完成节能分部验收，设备安装、室内外装饰装修及室外管网、景观工程施工。2014 年 3 月，正式电源接入工程开始施工，2014 年 6 月 20 日读者新媒体大厦正式电源接入完成，后期进行了消防联动、单机设备和系统调试工作。截至 2014 年 6 月底读者天津新媒体大厦工程施工内容全部完工，项目整体达到预定可使用状态。

目前，该项目已通过消防验收，公司正向当地行政主管部门申请办理规划和环保验收，为最终办理竣工验收做准备。

②报告期各期末会计核算使用工程进度和第三方提供工程进度一致

报告期内，发行人“读者新媒体大厦”在建工程各期末会计核算总承包工程进度情况和第三方北京泛华国金工程咨询有限公司出具的工程进度审核情况对比如下：

时间	发行人账务处理		第三方审核报告	
	凭证号	入账金额(万元)	完工产值(万元)	完工月份
截至 2012 年底	2011 年 3-30；4-31；7-9；8-28；10-10；11-2；12-26；12-33；2012 年 3-38；4-44；5-11；6-45；7-25；8-16；10-44；12-48,59	16,288.74	16,288.74	2011 年 3-12 月；2012 年 3-12 月
截至 2013 年底	2013 年 4-15；6-18；7-32	17,157.19	17,157.19	2013 年 3-5 月
截至 2014 年底	2014 年 6-40	17,255.41	17,255.41	2014 年 4 月

经对比，报告期各期末发行人会计核算使用工程进度和第三方提供工程进度一致。

报告期内，发行人“读者新媒体大厦”在建工程除了按照第三方提供的工程进度核算总承包工程价款外，还对实际发生的评估、设计、监理、勘测费用和消防工程、电梯、景观工程、正式电力等辅助工程按照实际发生金额在“在建工程”科目归集。报告期内发行人“在建工程”归集内容如下：

单位：万元

项　目	2012 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2014 年 6 月 30 日

大厦总承包工程	16,288.74	17,157.19	17,255.41
总包工程—土建工程	-	-	600.00
总包工程—人工调差	-	-	1,000.00
总包工程—安装费	-	-	400.00
设计、监理、勘测等费用	1,697.10	1,778.20	3,365.71
装修和幕墙	-	-	1,000.00
消防工程	737.98	737.98	763.98
电梯	389.36	389.36	486.70
贷款利息	-	239.66	453.92
正式电力	-	449.98	449.98
景观工程、防雷装置等	60.47	65.95	138.65
合计	19,173.65	20,818.32	25,914.35

截至 2014 年 6 月 30 日，发行人“读者新媒体”大厦工程尚未办理工程决算，由于工程已经达到预定可使用状态，因此将在建工程暂估 25,914.35 万元转入固定资产—房屋建筑物 25,890.36 万元；转入电子及其他设备 24 万元。

③保荐机构、会计师核查情况

A、发行人新媒体项目核算使用工程进度确认准确

报告期内，发行人对于新媒体大厦项目是依据项目监理单位、管理单位及建设单位三方确认形成《工程进度审查意见表》，并经项目管理单位委托专业造价咨询单位审核后的工程进度进行核算的。经核对发行人“读者新媒体”在建工程各期末会计核算总承包工程进度情况和第三方北京泛华国金工程咨询有限公司出具的工程进度审核情况，发行人报告期各期末对于新媒体大厦项目会计核算使用工程进度和第三方提供工程进度一致，发行人新媒体项目核算使用工程进度确认准确。

B、新增固定资产、在建工程的原始凭证完整、合规，有明确对应关系

发行人会计师对报告期新增固定资产的原始凭据，包括购买资产的申请单、采购合同、发票、验收单、入账单进行了核查，并对新增资产一一进行了盘点、与账面及固定资产台账进行核对。对在建工程获取项目立项资料、查验了合同中有关进度款的结算要求、《项目进度审查表》、付款请示报告、发票、付款单、安装合同、委托合同、施工合同、设计合同、服务合同等并将这些资料与账面记录一一核对，同时到现场实地查看工程进度情况。

经核查，发行人会计师认为公司新媒体大厦项目核算使用工程进度确认准确，符合企业会计准则的要求。公司报告期新增固定资产、在建工程的原始凭证完整、合规，具有明确的对应关系。

保荐机构核查了发行人报告期新增的固定资产、在建工程的原始凭证，并逐一核对，并对新增的固定资产进行实地察看。除对发行人在建工程总承包工程所附原始凭证的完整、合规性进行核查外，还对在建工程中的消防工程、正式电、电梯等重要新增资产以及设计、监理、勘测等费用的发票等原始凭证进行核验。经核查，发行人报告期新增固定资产、在建工程的原始凭证完整、合规，具有明确的对应关系。

（6）无形资产

单位：万元

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值
土地使用权	2,886.23	2,612.73	2,886.23	2,669.56	2,886.23	2,728.23
办公软件	394.68	128.07	353.91	161.05	331.13	204.38
著作权	185.66	152.40	185.66	161.68	185.66	170.97
非专利技术	87.13	55.91	87.13	64.62	87.13	73.33
合 计	**3,553.70**	**2,949.11**	**3,512.92**	**3,056.91**	**3,490.15**	**3,176.91**

公司的无形资产主要包括四宗土地使用权及公司经营日常所用的财务软件、出版软件、杀毒软件等办公软件。著作权主要是读者动漫于 2011 年 5 月成立时经评估的两部动画片《飞天传奇》和《伏羲》的著作权出资。

（7）开发支出

截止 2014 年 12 月 31 日，公司开发支出余额为 681.11 万元，主要为公司开发的“云图书馆”一期、河西走廊大遗址数字化、丝绸之路移动旅游服务平台、网络有声阅读、《四库全书》数字化等项目形成的资本化支出，尚未结转至无形资产。上述项目开发成本归集内容及资本化情况如下表所示：

序号	项目		支出情况	开发阶段判断依据	资本化条件	资本化金额
1	“云	甘肃省	费用化支出 685.78 万	完成系统测试，数	1、项目建设	304.75

	图书馆”一期	财政厅专项资金支持项目	元；开发支出共计304.75万元，主要为委托技术开发费和研发人员的工资	据移植，系统已上线将形成云图技术支撑平台	目的明确，建成后可自用或出售；2、具备项目开发人员及技术配置，技术可行；3、平台以点击使用收费和收入分成；数字化产品产生销售收入；4、项目均有政府转专项资金支持，有能力使用或出售；5、开发支出已可靠计量。	万元
2	河西走廊大遗址数字化	财政部专项资金支持项目	费用化支出共计286.70万元；开发支出共计71.50万元，主要为材料费和技术培训费及人工费	完成了嘉峪关长城第一墩和天水大地湾遗址的3D数字建模和微景观拍摄，预期形成3D系列宣传片		71.50万元
3	丝绸之路移动旅游服务平台	兰州市科技局专项资金支持项目	费用化支出共计10.78万元；开发支出共计241.67万元，主要为软件开发费、委托制作费和人工费	平台和移动AR导览系统的功能和界面设计已经完成；硬件支撑平台已搭建完成		241.67万元
4	网络有声阅读	国家科技部专项资金项目	开发支出共计52.79万元，归集内容为任务书中列支项目，主要为有声杂志的制作费、劳务费和测试费	承载系统平台的配套机房已建成；系统平台开发中；有声杂志制作中，将形成产品		52.79万元
5	四库全书数字化	甘肃省财政厅华夏文明传承重点项目	归集项目为工程实施方案的制作费10.41万元	--	--	10.41万元
合计			--	--	--	681.11万元

发行人会计师经认为，发行人上述第1-4项开发阶段判断依据充分、开发支出满足资本化条件，符合谨慎性要求。第5项《四库全书》数字化项目支出于2014年7月发生时，预计项目推进顺利，进入制作阶段，予以资本化处理。但2015年以来，由于《四库全书》的使用需要有关部门审核，整个项目推进速度放缓，发行人资本化该笔支出谨慎性不足。因为该笔支出来源于甘肃省财政厅政府补助，资本化与费用化（相应增加营业外收入）会计处理不影响发行人2014年的经营业绩，且金额较小，发行人决定在2015年一季报中将其从“开发支出”调整至管理费用，予以费用化处理。

（8）长期待摊费用

长期待摊费用系子公司读者动漫对租入场地的装修改造费用，本年度读者动漫办公场地变更，因此将尚未摊销完的装修费全部转入当期费用。

（9）其他非流动资产

2012 年末、2013 年末及 2014 年末，公司其他非流动资产余额分别为 5,244.00 万元、7,731.91 万元及 2,802.88 万元，主要为公司尝试性影视剧投资形成的投资款。2011 年，公司投资 1,800 万元与北京大都阳光影视文化有限公司联合投资拍摄电视剧《射天狼》，2012 年追加投资 300 万元，并于 2013 年收回全部投资 1,800 万元。2012 年，公司投资 3,000 万元与浙江唐德影视股份有限公司联合投资拍摄电视剧《广州十三行》、《定远舰上的男人们》和《天伦》，2013 年收回投资 2,000 万元。2013 年，公司投资 5,000 万元与浙江唐德影视股份有限公司联合投资拍摄电视剧《武则天》、《孔雀公主》、《爱情万万岁》和《恋恋不忘》，2014 年收回全部投资 5,000 万元。

报告期内，发行人影视投资余额占比情况如下：

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额（万元）	占其他非流动资产比率	金额（万元）	占其他非流动资产比率	金额（万元）	占其他非流动资产比率
影视投资	1,000.00	35.68%	6,000.00	77.60%	5,100.00	97.25%

报告期内，发行人将影视投资项目支付的款项计入其他非流动资产的原因为：其他非流动资产核算资产负债表上所列非流动资产项目以外的其他周转期超过 1 年的长期资产，发行人影视项目投资期限均超过 1 年，具有非流动资产占用资金多、周转速度慢、变现能力弱等特点；同时，该影视投资为项目投资，不具备长期资产中的金融资产、长期股权投资的特点，由于业务的特殊性，故将其归入其他非流动资产列示。发行人会计师认为，发行人对影视投资的会计核算符合企业会计准则的要求。

2013 年 12 月 31 日公司其他非流动资产余额较 2012 年底增加 2,487.91 万元，主要原因是子公司旺财传媒购买理财产品 1,000.00 万元及当年拍摄电视剧的投资款增加；2014 年 12 月 31 日公司其他非流动资产余额较 2013 年底减少 4,929.02

万元，主要为 2014 年公司收回影视剧投资款 5,000 万元所致。

4、资产减值分析

报告期内，公司资产减值准备计提情况汇总表如下：

单位：万元

项 目	2013-12-31	本年计提	本年减少		2014-12-31
			转销	转回	
一、坏账准备	1,712.43	166.28	-	-	1,878.71
二、存货跌价准备	1,022.31	510.04	306.43	-	1,225.91
合 计	**2,734.74**	**676.31**	**306.43**	**-**	**3,104.62**
项 目	**2012-12-31**	**本年计提**	**本年减少**		**2013-12-31**
			转销	**转回**	
一、坏账准备	1,472.79	239.65	-	-	1,712.43
二、存货跌价准备	842.95	510.46	331.11	-	1,022.31
合 计	**2,315.74**	**750.11**	**331.11**	**-**	**2,734.74**
项目	**2011-12-31**	**本年计提**	**本年减少**		**2012-12-31**
			转销	**转回**	
一、坏账准备	814.55	658.24	-	-	1,472.79
二、存货跌价准备	600.44	424.28	181.76	-	842.95
合计	**1,414.99**	**1,082.52**	**181.76**	**-**	**2,315.74**

公司已根据实际经营情况制定了各项资产减值准备的会计政策，并按照相关减值准备计提政策和谨慎性要求，对各类资产的减值情况进行了测试。报告期内各期末，公司固定资产、无形资产、长期股权投资等资产不存在减值情形，故未计提资产减值准备；对应收账款、其他应收款足额计提了坏账准备，对存货中的库存图书和期刊足额计提了存货跌价准备。

（二）负债状况分析

报告期各期末公司负债构成情况见下表：

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
应付账款	12,025.19	35.96	8,464.76	29.50	7,953.14	38.75

预收款项	2,810.74	8.41	2,505.11	8.73	2,480.57	12.09
应付职工薪酬	2,856.73	8.54	3,245.65	11.31	2,836.19	13.82
应缴税费	566.73	1.69	963.24	3.36	1,650.77	8.04
应付利息	12.52	0.04	14.41	0.05	-	-
其他应付款	1,064.45	3.18	1,351.61	4.71	1,150.14	5.60
流动负债合计	**19,336.34**	**57.82**	**16,544.78**	**57.67**	**16,070.81**	**78.30**
长期借款	7,400.00	22.13	7,700.00	26.84	1,000.00	4.87
递延收益	6,695.43	20.02	4,429.24	15.44	3,436.90	16.75
递延所得税负债	8.28	0.02	16.55	0.06	16.55	0.08
非流动负债合计	**14,103.70**	**42.18**	**12,145.80**	**42.33**	**4,453.45**	**21.70**
负债合计	**33,440.04**	**100.00**	**28,690.58**	**100.00**	**20,524.26**	**100.00**

从负债项目构成分析，公司负债主要为流动负债，包括应付账款、预收款项及应付职工薪酬等。2012年末、2013年末及2014年末，公司流动负债占负债总额的占比分别为78.30%、57.67%及57.82%，占比相对较高。

1、应付账款

公司应付账款主要为应付“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”工程款及应付供应商货款，其中应付供应商货款主要是教材租型费和纸张采购应付款。2014 年末应付账款余额较 2013 年末增长 3,560.43 万元，主要系读者新媒体大厦项目按合同约定尚未支付的工程款增加 3,210.73 万元所致。截至 2014 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名余额合计为 5,112.40 万元，占总额的 42.51%，应付账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

单位名称	金额	占比（%）
吉化集团吉林市北方建设有限责任公司	1,611.13	13.40
上海斐讯数据通信技术有限公司	1,604.50	13.34
人民教育出版社有限公司	1,089.24	9.06
天津生态城产业园运营管理有限公司	632.00	5.26
北京凌奇印刷有限责任公司	175.54	1.46
合　计	**5,112.40**	**42.51**

截止 2014 年 12 月 31 日，公司应付账款中欠付持公司 5%（含 5%）以上表

决权股份的股东读者集团的款项金额为 75.00 万元，主要是应付房屋租赁费和读者集团代缴的水电暖费。

2、预收款项

2012 至 2014 年末，公司预收款项余额分别为 2,480.57 万元、2,505.11 万元和 2,810.74 万元，主要来源于预收书款及广告发布预收款。2014 年末预收款项余额较 2013 年增加 305.63 万元，主要系公司预收的广告款增加所致。报告期末，公司预收款项余额中无预收持有公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位或关联方的款项。

3、应付职工薪酬

报告期内各期末未支付的职工薪酬主要为绩效工资，无拖欠性质的工资。

4、应交税费

报告期内，公司应交税费明细项目如下表所示：

单位：万元

项目	2014-12-31		2013-12-31		2012-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
增值税	303.26	53.51	709.82	73.69	1,176.16	71.25
所得税	124.43	21.96	18.12	1.88	64.65	3.92
营业税	5.88	1.04	9.34	0.97	134.99	8.18
城市维护建设税	24.36	4.30	58.41	6.06	91.95	5.57
代扣代缴个人所得税	39.25	6.92	32.26	3.35	23.45	1.42
土地使用税	1.29	0.23	1.42	0.15	0.02	0.00
房产税	12.60	2.22	23.96	2.49	14.93	0.90
车船使用税	-	-	-	-	2.85	0.17
文化事业费	36.07	6.36	60.48	6.28	62.81	3.81
教育费附加	10.45	1.84	25.03	2.60	39.65	2.40
地方教育费附加	6.96	1.23	16.69	1.73	26.03	1.58
价格调节基金	2.17	0.38	7.71	0.80	13.27	0.80
合　计	**566.73**	**100.00**	**963.24**	**100.00**	**1,650.77**	**100.00**

2013 年末公司应交税费余额较 2012 年末减少 687.52 万元，主要系当期末应交增值税及营业税减少所致；2014 末公司应交税费余额较 2013 年末减少 396.52

万元，主要系当期末应交增值税减少 406.56 万元所致。

5、其他应付款

2012至2014年末，其他应付款余额分别为1,150.14万元、1,351.61万元和1,064.45万元，主要为每年需要支付的甘肃省教材编审会教材编审费、供应商的保证金和稿费。

6、长期借款

截止2014年12月31日，长期借款余额为7,400万元，系本公司为子公司读者新媒体建设“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”开始向国家开发银行申请的长期贷款，贷款于2012年12月开始分批发放，借款期限为8年，借款利率为中国人民银行公布的五年以上人民币贷款基准利率基础下浮10%。

7、递延所得税负债

2014 年 12 月 31 日，公司递延所得税负债余额为 8.28 万元，主要系 2009 年底读者集团发起设立本公司时，投入本公司的经营性用固定资产及无形资产评估增值所致。2014 年末公司递延所得税负债余额较 2013 年末减少 8.28 万元，主要原因为根据国务院办公厅关于印发《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》（国办发[2014]15 号）的规定，2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日继续适用于转制企业的现行财税优惠政策，故公司调减计提的 2014 年-2018 年递延所得税负债 8.28 万元。

8、递延收益

2014年，公司执行财政部颁布的《企业会计准则第30号——财务报表列报》（修订），将其他非流动负债科目金额转入递延收益科目进行会计核算及列报，并追溯调整以前年度金额。

2012年至2014年末，公司递延收益余额分别为3,436.90万元、4,429.24万元和6,695.43万元，主要为出版发展基金、数字化出版基金及网络建设专项基金等政府补助款。报告期内，公司收到的政府补助及实际运用情况详见下表：

单位：万元

项　目	2014 年度			2013 年度			2012 年度		
	收到	转营业外收入	结余	收到	转营业外收入	结余	收到	转营业外收入	结余
数字化出版	1,470.00	330.49	2,420.00	880.00	453.61	1,280.50	1,030.00	942.53	854.11
出版发展基金	51.90	173.94	1,780.79	163.00	278.72	1,902.83	1,446.22	235.45	2,018.55
网络建设资金	-	50.32	39.49	-	89.50	89.81	180.00	201.47	179.31
引导专项资金	-	28.80	11.20	-	6.00	40.00	-	15.00	46.00
海外发行	42.58	157.00	53.17	17.70	189.04	167.59	700.00	361.07	338.93
能源补贴资金	-	0.60	5.40	6.00	-	6.00	-	-	-
科技补助资金	1,900.20	507.34	2,335.37	2,170.00	1,227.49	942.51	-	-	-
人才工程补助	50.00	-	50.00	-	-	-	-	-	-
合　计	**3,514.68**	**1,248.49**	**6,695.43**	**3,236.70**	**2,244.36**	**4,429.24**	**3,356.22**	**1,755.51**	**3,436.90**

报告期内公司主要政府补助的相关批文见下表：

序号	发文单位	文件名称	文号
1	甘肃省财政厅	关于下达 2014 年文化产业发展专项资金的通知	甘财教[2014]141 号
2	甘肃省财政厅、甘肃省工业和信息化委员会	关于下达 2014 年第一批工业和信息化专项资金的通知	甘财建[2014]149 号
3	甘肃省财政厅、中共甘肃省委宣传部	关于下达 2014 年文化产业改革发展专项资金的通知	甘财教[2014]170 号
4	甘肃省财政厅	甘肃省财政厅关于下达 2014 年少数民族文化事业发展补助资金的通知	甘财教[2014]85 号
5	甘肃省财政厅	关于拨付 2014 年度外经贸发展专项资金的通知	甘财企[2014]54 号
6	甘肃省委宣传部	关于做好文化名家暨“四个一批”人才工程自主选题项目资助有关工作的通知	甘宣干函字[2014]40 号
7	甘肃省财政厅	甘肃省人民政府办公厅关于印发甘肃省优秀图书、音像制品及电子出版物奖评奖办法的通知	甘政办发[2014]132 号
8	甘肃省财政厅	关于下达 2014 年省级文化体育与传媒事业发展专项资金的通知	甘财教[2014]111 号
9	国家出版基金规划管理办公室	关于拨付《藏药方剂宝库》项目首批资助经费的通知	基金办[2014]25 号
10	甘肃省新闻出版局	关于对对我省获得“五个一”工程奖等国家级出版物奖的出版社给予奖励的通知	甘新出发[2013]288 号
11	兰州市财政局、兰州市科技局	关于转下 2014 年省下第一批科技计划（结转计划）经费的通知	兰财建[2014]17 号

12	甘肃省财政厅、甘肃省发展和改革委员会	关于下达 2014 年战略性新兴产业省财政专项投资预算的通知	甘财建[2014]111 号
13	中新天津生态城财政局	关于拨付可再生能源建筑应用示范项目补贴资金的通知	津生财预[2013]13 号
14	国家出版基金规划管理办公室	关于 2013 年度国家出版基金项目立项的通知	基金办[2013]3 号
15	国家出版基金规划管理办公室	关于拨付《手绘濒危植物（第三、第四卷）》项目首批资助经费的通知	基金办[2013]12 号
16	甘肃省财政厅	关于下达教科文单位专项补助经费的通知	甘财教[2013]258 号
17	甘肃省财政厅和甘肃省工业和信息化委员会	关于下达第二批省预算内工业和信息化专项资金的通知	甘财建[2013]472 号
18	甘肃省财政厅	关于下达 2013 年文化产业发展专项资金的通知	甘财教[2013]216
19	甘肃省财政厅	关于下达科教文单位专项补助经费的通知	甘财教[2013]194
20	甘肃省财政厅	关于拨付读者出版传媒股份有限公司专项资金的通知	甘财企[2013]128 号
21	科学技术部	关于国家科技支撑计划生活垃圾热解和高温合金废弃物资源化技术研究与示范等 31 个项目立项的通知	国科发计[2013]667 号
22	兰州市财政局、兰州市科技局	关于下达兰州市 2013 年科技计划项目经费的通知	兰财建[2013]92 号
23	甘肃省商务厅	关于报送 2012 年我省国家级经济技术开发区公共服务平台建设项目的通知	甘商务外资发[2012]476 号
24	甘肃省财政厅	关于下达 2012 年文化产业发展专项资金的通知（1）	甘财教[2012]312 号
25	甘肃省财政厅	关于下达 2012 年文化产业发展专项资金的通知（2）	甘财教[2012]312 号
26	甘肃省财政厅、甘肃省宣传部	关于下达 2012 年文化产业改革发展专项资金的通知	甘财教[2012]246 号
27	兰州市财政局兰州市科学技术局	关于下达兰州市 2012 年第二批科技计划项目经费的通知	兰财建[2012]151 号
28	甘肃省财政厅	关于下达 2012 年教科文专项补助经费的通知（1）	甘教财[2012]163 号
29	甘肃省财政厅	关于下达 2012 年教科文专项补助经费的通知（2）	甘教财[2012]163 号
30	兰州市财政局教科文处	2012 年度兰州市文化产业发展专项资金使用承诺书	兰州财教[2012]201 号
31	兰州市财政局	兰州市专项资金使用责任书	兰财企[2012]32 号
32	甘肃省财政厅	关于下达 2012 年电子信息产业振兴和技术改造项目中央预算内基建支出预算的通知	甘财建[2012]224 号
33	甘肃省财政厅	关于拨付读者出版传媒股份有限公司专项补助资金的通知	甘财企[2012]140 号
34	财政部	关于下达 2012 年民族文字出版专项资金预算的通知	财教[2012]170 号

35	国家出版基金规划管理办公室	关于国家出版基金资助项目立项的通知	基金办[2012]10 号
36	国家出版基金规划管理办公室	关于拨付《中国“花儿”》源流史稿（上、下卷）》项目首批资助经费的通知	基金办[2012]11 号
37	兰州市财政局	关于拨付 2011 年甘肃省国家级经济技术开发区公共服务平台建设项目资金的通知	甘财企[2011]102 号

（三）所有者权益分析

报告期内，公司所有者权益的总体情况如下：

单位：万元

项目	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
股本（实收资本）	18,000.00	18,000.00	18,000.00
资本公积	16,653.90	16,645.62	16,645.62
盈余公积	7,246.77	5,801.00	4,238.23
未分配利润	56,002.66	46,928.71	34,801.66
归属于母公司所有者权益合计	**97,903.33**	**87,375.33**	**73,685.51**
少数股东权益	2,432.45	2,768.43	2,993.31
所有者权益合计	**100,335.77**	**90,143.76**	**76,678.82**

1、股本

2012 年 3 月 28 日，读者传媒股东会审议通过《关于公司 2011 年度利润分配方案暨以资本公积金转增股本并相应修改公司章程的议案》，同意以 2011 年末总股本 12,000 万股为基数，向全体股东每 10 股转增 5 股，转增后注册资本增加至 18,000 万元。

2、资本公积

报告期内，公司资本公积构成如下：

单位：万元

项目	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
资本溢价（或股本溢价）	16,653.90	16,645.62	16,645.62
其他资本公积	-	-	-
合计	**16,653.90**	**16,645.62**	**16,645.62**

报告期内，公司资本公积主要由股东投入资本溢价及公司同一控制下合并形成，其变动情况如下：

（1）2012 年度：2012 年 6 月 15 日，公司资本公积转增股本使资本公积减少 6,000.00 万元；收购人民社有限和读者新媒体增加资本公积 382.09 万元；以上收购为同一控制下合并，为此合并报表将合并产生的资本公积 5,000 万元抵消；收购读者新媒体时收购价格高于其账面价值使得资本公积减少 2,208.91 万元；2012 年 3 月公司对读者数码增资，持股占比由 60%增至 85%，减少资本公积 30.52 万元。

（2）2014 年度：根据国务院办公厅印发的《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》（国办发[2014]15 号），2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日继续适用于转制企业的现行财税优惠政策。2014 年-2018 年递延所得税负债转回 8.28 万元转入资本公积。

3、盈余公积

报告期内，公司法定盈余公积按照税后净利润的10%提取。

4、未分配利润

报告期内，公司未分配利润的变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
本期期初余额	**46,928.71**	**34,801.66**	**24,672.86**
加：归属于母公司股东的净利润	14,119.72	16,389.82	14,575.72
减：提取法定盈余公积	1,445.77	1,562.77	1,446.92
对股东的分配	3,600.00	2,700.00	3,000.00
本期期末余额	**56,002.66**	**46,928.71**	**34,801.66**

（四）偿债能力分析

报告期内，公司有关偿债能力指标如下：

指标	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
流动比率（倍）	4.74	4.70	3.72
速动比率（倍）	4.31	4.24	3.21
资产负债率（母公司）（%）	14.63	16.41	15.71

指标	2014 年度	2013 年度	2012 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	15,297.24	17,235.04	15,252.89
利息保障倍数（倍）	62.14	-	-

出版发行行业特点决定了公司的轻资产运营模式。报告期内，公司运营平稳，未展开大规模的业务扩张投入，资产负债率处于较低水平；流动比率、速动比率和利息保障倍数等偿债指标较好；息税折旧摊销前利润和经营活动产生的现金流量净额均保持在较高水平，具有较强的偿债能力。

公司流动资产的质量较高，主要由货币资金、应收账款与存货构成，变现能力较强。公司的主要客户均与公司有长期而稳定的合作关系，资信状况良好，应收账款的回收有保障，发生坏账损失的可能性较低。此外，公司期刊、教材教辅销售情况良好，期末存货余额较小，因此存货周转速度较快，变现能力较强。

1、流动比率与速动比率

报告期内，公司流动比率、速动比率与可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	流动比率			速动比率		
	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
时代出版	1.87	2.09	2.43	1.46	1.64	1.87
出版传媒	2.38	2.43	2.57	1.65	1.73	1.75
中南传媒	3.16	3.15	3.10	2.90	2.81	2.77
凤凰传媒	1.91	2.58	3.31	1.43	2.10	2.78
平均	**2.33**	**2.56**	**2.85**	**1.86**	**2.07**	**2.29**
本公司	**4.74**	**4.70**	**3.72**	**4.31**	**4.24**	**3.21**

资料来源：各公司定期报告。

从上表可以看出，公司流动比率和速动比率均高于可比上市公司。公司流动性较好，不存在短期偿债风险。

2、资产负债率

2012 年至 2014 年末，公司资产负债率（母公司）分别为 15.71%、16.41%和 14.63%，处于较低水平。

报告期内，公司资产负债率（母公司）与可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	资产负债率（母公司）		
	2014-12-31	2013-12-31	2012-12-31
时代出版	43.35%	41.03%	32.21%
出版传媒	17.11%	14.08%	11.64%
中南传媒	7.32%	13.79%	13.58%
凤凰传媒	40.50%	37.78%	35.63%
平均	**27.07%**	**26.67%**	**23.26%**
本公司	**14.63%**	**16.41%**	**15.71%**

资料来源：各公司定期报告。

从上表看出，公司资产负债率与同行业上市公司出版传媒和中南传媒接近，低于行业平均水平，总体符合出版发行行业的资产负债率的行业特征。

（五）资产周转能力分析

报告期内公司应收账款周转率、存货周转率情况如下：

财务指标	2014 年度	2013 年度	2012 年度
应收账款周转率（次/年）	4.95	6.37	6.55
存货周转率（次/年）	6.02	7.24	6.06

2012 年、2013 年及 2014 年，公司应收账款周转率分别为 6.55 次、6.37 次及 4.95 次，相对应的应收账款周转天数分别为 55.73 天、57.31 天和 73.76 天，公司应收账款周转情况良好。

2012年、2013年及2014年，公司存货周转率分别为6.06次、7.24次和6.02次，处于较高水平。随着公司销售规模的持续扩大，公司将进一步提高存货管理水平，减少存货对资金的占用，提高资金使用效率。

报告期内，公司主要资产周转能力指标与可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	应收账款周转率（次/年）			存货周转率（次/年）		
	2014 年度	2013 年度	2012 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度

时代出版	5.64	6.99	7.44	5.34	4.60	3.33
出版传媒	4.94	4.19	3.85	1.85	1.70	1.54
中南传媒	12.12	14.11	14.22	4.89	4.50	4.24
凤凰传媒	18.23	26.16	38.37	2.85	2.81	2.65
平均	**10.23**	**12.86**	**15.97**	**3.73**	**3.40**	**2.94**
本公司	**4.95**	**6.37**	**6.55**	**6.02**	**7.24**	**6.06**

资料来源：各公司定期报告。

从上表看出，发行人应收账款周转率低于同行业上市公司平均水平，主要原因是由于公司通过省级新华书店进行教材的发行，公司教材款的回款期限一般在6个月左右，秋季教材销售形成较大额期末应收账款，而同行业其他上市公司由于大多包含省级教材发行机构，因此年末不存在大额的教材发行应收账款，导致发行人应收账款周转率较低。

公司存货周转率明显高于同行业可比公司平均水平，主要是因为公司主要产品《读者》及教材于当期全部实现销售，不形成期末存货。

二、盈利能力分析

报告期内，公司的经营业绩及变化情况如下：

项目	2014年度		2013年度		2012年度	
	金额（万元）	增长（%）	金额（万元）	增长（%）	金额（万元）	增长（%）
营业收入	75,916.69	-12.91	87,167.17	16.53	74,802.84	22.56
营业毛利	20,941.40	-8.91	22,990.93	2.74	22,377.11	1.96
营业利润	11,356.40	-9.46	12,542.96	6.02	11,830.49	-5.9
利润总额	13,878.16	-14.02	16,141.43	10.99	14,542.88	4.45
净利润	13,783.74	-14.73	16,164.93	11.75	14,465.72	3.93
归属于母公司所有者的净利润	14,119.72	-13.85	16,389.82	12.45	14,575.72	4.12

2013年度公司实现营业收入87,167.17万元，较2012年度增长了16.53%。随着营业收入的增长，公司利润总额、净利润、归属于母公司所有者权益的净利润均有所增长；2014年度公司实现营业收入75,916.69万元，较2013年度下降12.91%，

净利润也较2013年下降14.73%。

（一）营业收入的构成及变动分析

公司主营业务是营业收入的主要来源。本公司主营业务为期刊、教材教辅和一般图书的出版发行、广告及新媒体业务；其他业务包括纸张、纸浆材料销售及房屋租赁等业务。报告期内，公司营业收入的构成如下表：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
主营业务	57,017.40	75.11	67,720.54	77.69	58,880.85	78.71
其他业务	18,899.29	24.89	19,446.63	22.31	15,921.99	21.29
合计	**75,916.69**	**100.00**	**87,167.17**	**100.00**	**74,802.84**	**100.00**

1、主营业务收入产品构成分析

报告期内，公司主营业务收入的产品构成如下表：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
期刊	19,224.72	33.72	20,806.92	30.72	21,075.02	35.79
教材教辅	24,287.91	42.60	25,943.18	38.31	23,833.34	40.48
一般图书	4,974.91	8.73	5,698.05	8.41	6,638.34	11.27
广告	5,253.01	9.21	4,622.18	6.83	5,025.23	8.53
新媒体及其他	3,276.85	5.75	10,650.20	15.73	2,308.92	3.92
合计	**57,017.40**	**100.00**	**67,720.54**	**100.00**	**58,880.85**	**100.00**

报告期内，公司期刊销售、教材教辅销售基本保持稳定且二者销售占比合计在69-77%左右，是公司主营业务收入的主要来源。

报告期内，一般图书收入主要为公司特色图书出版收入；广告业务主要是《读者》实现的广告投放和子公司旺财传媒的广告收入；新媒体及其他收入主要是包括读者数字内容销售和“读者”品牌移动阅读终端销售形成的新媒体收入，以及数码产品贸易和会展、培训业务实现的其他收入。

2、主营业务收入的变动分析

按产品类别划分，公司主营业务收入的变动情况如下：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	增长（%）	金额（万元）	增长（%）	金额（万元）	增长（%）
期刊	19,224.72	-7.60	20,806.92	-1.27	21,075.02	-1.75
教材教辅	24,287.91	-6.38	25,943.18	8.85	23,833.34	2.33
一般图书	4,974.91	-12.69	5,698.05	-14.16	6,638.34	50.33
广告	5,253.01	13.65	4,622.18	-8.02	5,025.23	4.89
新媒体及其他	3,276.85	-69.23	10,650.20	361.26	2,308.92	144.82
合计	**57,017.40**	**-15.80**	**67,720.54**	**15.01**	**58,880.85**	**7.27**

报告期内，公司主营业务收入2013年较2012年增加8,839.69万元，主要是由于子公司读者数码手机贸易业务8,270.22万元所致；2014年较2013年减少10,703.14万元，主要系子公司读者数码手机销售业务大幅减少及公司期刊、教材教辅、一般图书销售小幅减少所致。

（1）期刊业务

公司期刊业务包括《读者》及其他期刊业务。报告期内，公司期刊年销售额稳定在2.0亿元左右，主刊《读者》为公司期刊业务的核心，贡献了90%的期刊销售收入。报告期内，公司期刊业务收入分类构成如下：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
《读者》	17,341.13	90.20	18,784.89	90.28	19,089.32	90.58%
其他期刊	1,883.58	9.80	2,022.03	9.72	1,985.69	9.42%
总计	**19,224.71**	**100.00**	**20,806.92**	**100.00**	**21,075.02**	**100.00**

报告期内，因为国民阅读习惯的转变对传统纸媒阅读造成冲击及期刊零售网点减少，《读者》的订阅和零售量小幅下降。

公司在保持核心期刊《读者》销售收入稳定的基础上，利用《读者》的品牌影响力积极延伸期刊业务，努力加大刊群建设力度，丰富公司期刊产品线，相继推出《明周刊》《漫品》《华夏理财》，填补公司实事评论、动漫和理财类期刊空白。但公司其他期刊是尚不具备《读者》主刊的品牌影响力和市场知名度，加之

网络等新媒体对传统期刊带来的冲击，公司其他期刊的销售规模难以取得实质性突破，公司期刊总体收入也呈稳中有降的趋势。

（2）教材教辅业务

2012年、2013年及2014年，公司教材教辅业务实现的业务收入分别为23,833.34万元、25,943.18万元和24,287.91万元，基本保持稳定，其中有利因素为：①公司中标中小学教材教辅目录类别增多，公司教材教辅业务收入相应增长；②执行教育部门的要求，黑白教材改版为彩色印刷，彩版教材定价提高，相应增加了教材销售收入；③加大教辅图书的促销力度，教辅图书销售收入实现增长。不利因素为：①由于国内计划生育政策的延续落实，国内生育率呈下降趋势，导致我国中小学生数量近年来呈现逐渐下降趋势；②从2008年开始实施的教材循环使用政策也对公司教材的销售带来一定的冲击。发行人教材招投标的中标金额、对销售收入、净利润影响请参见本节“四、（五）发行人教材招投标的中标金额、对销售收入、净利润影响”。

（3）一般图书业务

报告期内，公司加强图书策划选题，一般图书业务基本保持稳定水平。公司利用地域文化出版方面的优势，并积极尝试将地域文化通俗化，推出了一大批选题优秀的图书，如《甘肃藏敦煌文献》《敦煌文学》《中国石窟图文志》《敦煌童话》《陇原好少年》《沙漠书系》等图书。报告期内，公司一般图书业务占主营业务收入的比例在10%左右，占比较小。

（4）广告业务

公司广告业务主要是《读者》实现的广告投放及子公司旺财传媒2014年开展的广告业务。2012年、2013年和2014年，公司广告业务实现的业务收入分别为5,025.23万元、4,622.18万元和5,253.01万元，基本保持稳定。

（5）新媒体及其他业务

报告期内，发行人新媒体及其他业务包括：一是由子公司读者数码的“读者”品牌电纸书、手机及平板电脑等数字阅读终端的销售（该部分销售包含在“业务与技术”章节披露的新媒体统计数据中）；另一方面，读者数码也根据市场行情，经销其他品牌的手机、平板电脑等电子产品，该部分销售归入数码产品

贸易中。另外，发行人子公司旺财传媒及读者动漫实现的会展及活动收入、培训收入发行人经营“读者”品牌和其他电子产品贸易全部包含在“新媒体及其他”业务收入。

发行人新媒体及其他业务的构成及占主营业务收入的比重情况如下：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
新媒体业务（读者品牌数码产品）						
读者手机	37.33	0.07	119.71	0.18	44.94	0.07
读者平板	105.31	0.18	121.12	0.18	161.74	0.27
读者电纸书	38.03	0.07	113.10	0.17	423.97	0.72
小计	180.67	0.32	353.93	0.53	630.65	1.07
其他业务						
数码产品贸易	2,788.08	4.89	8,351.57	12.33	1,299.15	2.21
制作费	23.38	0.04	151.45	0.22	139.03	0.24
会展业务	203.77	0.36	9.44	0.01	113.69	0.19
培训业务	28.47	0.05	91.46	0.14	59.91	0.10
活动收入	28.89	0.05	1,579.51	2.33	-	-
其他	23.58	0.04	112.85	0.17	66.50	0.11
小计	3,096.17	5.43	10,296.28	15.20	1,678.28	2.85
合计	**3,276.85**	**5.75**	**10,650.20**	**15.73**	**2,308.92**	**3.92**

2013 年发行人主营业务收入中的“新媒体及其他” 10,650.20 万元较 2012 年大幅增长，主要是子公司读者数码 2013 年电子产品贸易中的手机贸易业务量增幅较大及活动收入（为子公司旺财传媒为机构客户组织汽车、电子产品等的展示会、金融产品推介会收入）增长所致。

3、其他业务收入构成及变动分析

报告期内，公司其他收入主要包括纸张和纸浆材料销售收入、影视剧投资收益、对外出租位于兰州市七里河区西湖街道硷沟沿121号一处仓库用房产形成的租金收入、版权和信息费收入及代理印刷管理费等。

（1）其他业务收入的主要内容和盈利情况

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
纸张	6,577.44	34.8%	9,750.68	50.1%	8,653.87	54.4%
纸浆	10,627.88	56.2%	8,425.42	43.3%	6,370.13	40.0%
影视投资	958.33	5.1%	353.77	1.8%	-	-
出租	245.52	1.3%	224.07	1.2%	224.50	1.4%
版权	109.53	0.6%	227.58	1.2%	281.31	1.8%
信息费	311.30	1.6%	329.17	1.7%	7.91	0.0%
代印管理费	40.05	0.2%	63.02	0.3%	19.32	0.1%
软件销售	-	-	-	-	180.52	1.1%
其他	29.25	0.2%	72.92	0.4%	184.43	1.2%
合计	18,899.29	100.0%	19,446.63	100.0%	15,921.99	100.0%

其中，印刷代理费为发行人受人民教育出版社有限公司委托，负责其在甘肃省内发行的新目标英语教材的印制管理及市场监督而收取的受托管理费用。

信息费为《读者》电子版和读者手机报等数字内容在互联网和移动终端阅读平台实现的销售收入。

报告期内，发行人其他业务收入盈利较小，对发行人整体业绩影响较小。

（2）材料销售及影视投资情况

报告期内，发行人材料销售及影视投资情况请参见本招股说明书“第六节八、其他业务”相关内容。

（3）发行人租赁房屋情况

报告期内，发行人对外出租的房产是位于兰州市七里河区西湖街道的自有仓库。该仓库面积 11,216.75 平方米，发行人除将部分面积作为图书仓库自用外，其余闲置面积对兰州强生医药有限责任公司、甘肃中瑞医药有限责任公司出租，供其作为药品仓储仓库。报告期内，该处房屋对外租赁的情况如下：

租赁期限	承租方	租赁面积（㎡）	合同租赁单价（含税）
2012.1～2013.9	甘肃中瑞医药有限公司	8,900.00	20 元/月/㎡
2012.1 ～2013.9	兰州强生医药有限责任公司	850.00	20 元/月/㎡

租赁期限	承租方	租赁面积（㎡）	合同租赁单价（含税）
2013.10～2014.9	甘肃中瑞医药有限公司	9,800.00	21 元/月/㎡
2014.10～2014.12	甘肃中瑞医药有限公司	9,800.00	22 元/月/㎡

发行人对外租赁仓库基于市场原则协商定价，租金单价随市场行情逐年调整，定价公允。

报告期内，发行人其他业务收入主要为材料销售、影视投资、房屋出租、版权出租及信息费收入，其他业务收入盈利较小，对发行人整体业绩影响较小。

4、营业收入的地区构成分析

公司期刊业务则在全国范围内开展，中小学教材教辅业务全部在甘肃省内开展。报告期内，公司业务收入的地区构成情况如下表所示：

地区	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
西北	35,028.94	46.14	36,474.04	41.84	37,514.86	50.15
华东	14,576.38	19.20	23,909.92	27.43	13,948.65	18.65
中南	15,884.00	20.92	14,212.72	16.31	11,180.11	14.95
华北	5,537.55	7.29	7,478.57	8.58	7,427.73	9.93
西南	2,132.15	2.81	2,436.11	2.79	2,510.36	3.36
东北	2,734.21	3.60	2,648.26	3.04	2,187.20	2.92
台湾地区	23.46	0.03	7.54	0.01	33.92	0.05
合计	**75,916.69**	**100.00**	**87,167.17**	**100.00**	**74,802.84**	**100.00**

公司业务遍布全国各地区，其中西北、华东和中南地区占比较高，报告期内合计占营业收入的80%以上。

（二）主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本的产品构成如下表所示：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
期刊	12,068.76	31.71	12,883.45	27.82	13,036.54	34.98
教材教辅	17,375.94	45.65	19,085.74	41.22	17,146.72	46.01

一般图书	4,073.56	10.70	4,449.14	9.61	4,812.58	12.91
广告	1,205.62	3.17	328.46	0.71	145.37	0.39
新媒体及其他	3,336.25	8.77	9,556.44	20.64	2,129.95	5.71
总计	**38,060.15**	**100.00**	**46,303.23**	**100.00**	**37,271.16**	**100.00**

报告期内，公司各业务类型成本占比和其收入占比基本保持一致，期刊业务、教材教辅业务成本基本保持稳定。报告期内，影响公司主营业务成本的主要因素为纸张材料费、印刷费、制版费和稿费。其中，影响最大的成本项目为纸张材料费、印刷费。

报告期内，公司主营业务成本波动较大，主要系子公司读者数码报告期内数码产品销售业务变动幅度较大所致。

1、发行人报告期内期刊、图书、教材及教辅的进、销、存情况

（1）2012 年度发行人期刊、图书、教材和教辅进、销、存情况

单位：万元、万册

项目	期初数量	期初余额	入库数量	入库金额	结转数量	结转金额	期末数量	期末余额
期刊	119.02	105.04	9,282.18	13,085.98	9,274.41	13,047.22	126.79	143.80
教材	-	-	3,924.92	12,121.38	3,924.92	12,121.38	-	-
教辅	76.67	180.25	3,732.37	5,423.21	3,515.67	5036.80	293.38	566.66
一般图书	297.59	1,685.64	720.00	5,232.22	710.98	4,972.20	306.62	1,945.66
合计	**493.29**	**1,970.93**	**17,659.47**	**35862.79**	**17,425.97**	**35,177.60**	**726.79**	**2,656.12**

（2）2013 年度发行人期刊、图书、教材和教辅进、销、存情况

单位：万元、万册

项目	期初数量	期初余额	入库数量	入库金额	结转数量	结转金额	期末数量	期末余额
期刊	126.79	143.80	9,244.26	12,983.56	9,246.88	12,943.19	124.17	184.17
教材	-	-	3,653.57	11,474.71	3,653.57	11,474.71	-	-
教辅	293.38	566.66	3,233.94	7,256.42	3,398.71	7,632.58	128.60	190.50
一般图书	306.62	1,945.66	554.81	4,437.37	643.46	4,698.97	217.97	1,684.06
合计	**726.79**	**2,656.12**	**16,686.58**	**36,152.06**	**16,942.62**	**36,749.44**	**470.75**	**2,058.74**

（3）2014 年度发行人期刊、图书、教材和教辅进、销、存情况

单位：万元、万册

项目	期初数量	期初余额	入库数量	入库金额	结转数量	结转金额	期末数量	期末余额
期刊	124.17	184.17	8,590.06	12,172.50	8,687.58	12,143.85	26.65	212.83
教材	-	-	3,496.01	11,033.43	3,496.01	11,033.43	-	-
教辅	128.6	190.5	3,761.63	6,339.56	3,768.65	6,364.44	121.59	165.62
一般图书	217.97	1,684.06	491.02	4,456.11	519.13	4,282.98	189.86	1,857.18
合计	**470.75**	**2,058.74**	**16,338.72**	**34,001.59**	**16,471.37**	**33,824.70**	**338.09**	**2,235.63**

2、发行人期刊、图书、教材和教辅结转数量、结转金额情况

报告期内，发行人结转数量包括销售出库数量及样刊、发货的补损及代销未销售部分等损耗。结转金额列示为期末存货账面余额，其中部分金额结转到主营业务成本、部分金额为减值准备转销，详细见下表。

（1）2012 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	9,274.41	3,924.92	3,515.67	710.98	17,425.97
其中：销售数量	9,131.35	3,924.92	3,515.67	710.98	17,282.92
耗损数量	143.06	-	-	-	143.06
结转金额	13,047.22	12,121.38	5,036.80	4,972.20	35,177.60
结转主营业务成本	13,036.54	12,121.38	5,025.34	4,812.58	34,995.84
转销跌价准备	10.67	-	11.46	159.62	181.76

（2）2013 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	9,246.88	3,653.57	3,398.71	643.46	16,942.62
其中：销售数量	8,978.44	3,653.57	3,398.71	643.46	16,674.18
耗损数量	268.44	-	-	-	268.44
结转金额	12,943.19	11,474.71	7,632.58	4,698.97	36,749.44
结转主营业务成本	12,883.45	11,474.71	7,611.03	4,449.14	36,418.33
转销跌价准备	59.74	-	21.54	249.83	331.11

（3）2014 年度结转数量、结转金额情况

单位：万元、万册

项　目	期刊	教材	教辅	一般图书	合计
结转数量	8,687.58	3,496.01	3,768.65	519.13	16,471.37
其中：销售数量	8,431.11	3,496.01	3,768.65	519.13	16,214.90
耗损数量	256.47	-	-	-	256.47
结转金额	12,143.85	11,033.43	6,364.44	4,282.98	33,824.70
结转主营业务成本	12,068.76	11,033.43	6,342.51	4,073.56	33,518.26
转销跌价准备	75.09	-	21.93	209.42	306.43

报告期内，发行人期刊、图书、教材和教辅进、销、存勾稽关系良好。

3、公司期刊印刷成本分析

报告期内发行人《读者》主刊和其他期刊的不含税印刷单价如下表所示：

单位：册、元

项　目		2014 年度	2013 年度	2012 年度
《读者》	印刷费	70,448,684.30	81,263,322.08	95,876,804.07
	印数	69,289,122.00	76,679,209.00	81,163,422.00
	平均印价	1.02	1.06	1.18
其他期刊	印刷费	34,792,294.08	30,581,927.77	20,782,734.46
	印数	16,611,527.00	15,763,367.00	11,658,381.00
	平均印价	2.09	1.94	1.78
合计	印刷费	105,240,978.38	111,845,249.85	116,659,538.53
	印数	85,900,649.00	92,442,576.00	92,821,803.00
	平均印价	1.23	1.21	1.26

报告期内，发行人《读者》的印刷单价逐年下降，2012 年至 2014 年分别为 1.18 元/册、1.06 元/册及 1.02 元/册。其他期刊印刷单价逐年上升，期刊总体印刷单价变动较小。

发行人每年与印刷厂协商签订委托印刷协议，《读者》主刊 2012 年、2013 年及 2014 年度含税基本协议印刷单价分别为 1.42 元/册、1.35 元/册及 1.39 元/册。基本印刷单价包括期刊中 4 个插页，实际印制时，每增减一个插页，印刷工价增减 0.11 元/册，《读者》实际支付的平均印刷单价低于合同定价，主要是实际插页数低于标准插页数所致。

4、生产成本中制造费用的主要归集内容

报告期内，发行人期刊、教材教辅、及一般图书制造费用归集的内容见下表：

单位：元

产品	项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
期刊	人工费	6,367,383.36	6,037,442.23	5,579,513.32
	办公费	365,651.53	182,195.52	339,688.17
	交通、差旅、会议费	153,978.90	119,835.67	990,862.62
	折旧费	220,991.86	184,625.60	204,932.12
	运费	-	168,754.48	239,365.66
	其他	91,630.64	114,237.15	361,881.19
合计		**7,199,636.29**	**6,807,090.64**	**7,716,243.08**
教材教辅	人工费	2,952,431.65	3,093,766.11	2,995,938.28
	办公费	30,396.21	106.85	3,397.91
	交通、差旅、会议费	70,009.38	60,106.67	59,619.91
	折旧费	33,245.61	19,125.60	21,492.94
	运费	-	3,888.29	687.77
	其他	109,950.57	37,883.37	71,013.70
合计		**3,196,033.42**	**3,214,876.89**	**3,152,150.51**
一般图书	人工费	7,464,117.53	6,986,545.34	5,554,888.82
	办公费	35,056.94	108,873.54	103,667.71
	交通、差旅、会议费	109,054.10	262,776.43	346,395.49
	折旧费	285,866.05	286,776.07	67,184.50
	运费	4,652.50	14,003.51	83,950.52
	其他	95,170.20	300,157.31	354,071.38
合计		**7,993,917.32**	**7,959,132.19**	**6,510,158.42**

5、发行人教材教辅定价模式分析

（1）发行人教材教辅的定价模式和成本加成率制定依据

①发行人教材的定价模式

发行人教材的印张价格按照 2006 年甘肃省物价局和甘肃省新闻出版局下发的《转发国家发展和改革委员会、新闻出版总署<关于进一步加强中小学教材价格管理有关事项的通知>的通知》(甘价商[2006]162 号)中规定的各种规格教材的正文、封面和插页的印张价格执行，没有浮动。

②发行人教辅的定价模式

教辅定价按照出版的品种分为两种方式：被列为政府采购目录的教辅品种，其印张定价方式参照中小学教材，按照甘肃省物价局和甘肃省新闻出版广电局制

定的印张价格确定；非政府采购目录内的教辅图书，采取市场化的定价模式。

② 行人教材、教辅成本加成率制定依据

发行人出版的教材和政府采购的教辅按照 2006 年甘肃省物价局和甘肃省新闻出版局下发的《转发国家发展和改革委员会、新闻出版总署<关于进一步加强中小学教材价格管理有关事项的通知>的通知》(甘价商[2006]162 号)中规定的各种规格教材的正文、封面和插页的印张的基准价格执行，没有浮动。

（2）教材教辅生产成本与销售收入变动分析

报告期内，发行人教材教辅销售收入与生产成本情况如下：

单位：万元

项目		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
		销售收入	生产成本	销售收入	生产成本	销售收入	生产成本
教材	政府采购或非政府采购	16,756.17	11,033.43	17,160.86	11,474.71	17,732.65	12,121.38
教辅	政府采购	1,867.02	1,407.87	2,039.00	1,546.35	2,126.73	1,617.40
	非政府采购	5,664.73	4,934.64	6,743.31	6,064.68	3,973.96	3,407.93
	小计	7,531.75	6,342.51	8,782.31	7,611.03	6,100.69	5,025.34
合计		24,287.91	17,375.94	25,943.18	19,085.74	23,833.34	17,146.72

报告期内，发行人教材教辅销售收入和生产成本变动对比情况如下：

项目		2014 年度		2013 年度		2012 年度	
		销售增长	成本增长	销售增长	成本增长	销售增长	成本增长
教材	政府采购或非政府采购	-2.36%	-3.85%	-3.22%	-5.33%	-	-
教辅	政府采购	-8.43%	-8.96%	-4.12%	-4.39%	-	-
	非政府采购	-15.99%	-18.63%	69.69%	77.96%	-	-
	小计	-14.24%	-16.67%	43.96%	51.45%	-	-
合计		-6.38%	-8.96%	8.85%	11.31%	-	-

2013 年发行人教材成本有所下降，销售收入亦有所下降，但教材教辅总体成本上涨了 11.31%，销售收入增长了 8.85%。

报告期内，发行人政府采购的教辅销售收入和成本变动基本同步；因发行人通过招标方式确定教材用纸，采购价格有一定的优惠，纸张成本控制较好，导致

发行人教材销售收入变动幅度小于成本变动幅度，但总体变动趋势一致。报告期内发行人出版的教材和政府采购的教辅销售收入和销售成本变动的同步性反映了政府采购的出版物成本加成定价模式。发行人非政府采购的教辅销售收入和成本的变动无明显的同步趋势。

综上，发行人出版的教材和由政府采购的教辅的价格制定依据甘肃省教材教辅政府采购主管部门的基准印张价格执行，该价格制定过程中不存在非成本波动因素。

（3）发行人成本核算方法和主要产品共同承担费用、材料、人工的分配方法，分配系数确定依据和报告期内执行情况

①发行人出版物的成本核算方法

报告期内发行人出版物期刊、教材、教辅和一般图书的核算方法基本一致，即将每一个品种作为一个独立的核算对象，单独建立成本卡片进行直接成本的归集和制造费用的分配。成本中的直接费用包括纸张材料费（期刊及一般图书、教辅纸张费含在印制费中）、稿酬、版税、租型费、印刷费和制版费等；间接费用包括生产管理部门发生的人工费、办公费、会议差旅费、办公设备折旧费等。

②主要产品共同承担费用、材料、人工的分配方法

发行人出版物共同承担的间接费用每月按印张分摊至当月期刊、教材、教辅和一般图书产品，具体计算方法为：单品种当月分摊的间接费用=当月间接费用总额×分配系数。

③分配系数确定依据和报告期内执行情况

发行人制造费用分配系数按照单品种耗费的印张数与同类产品总印张数比例确定。

分配系数=单品种出版物单位印张×印刷册数÷当月同类产品总印张数。

在报告期内，发行人出版物一直执行上述成本核算方法，直接成本的归集以及间接费用的分配保持一致，执行情况良好。

（三）公司利润的主要来源

报告期内，公司利润主要来源于营业利润，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
营业收入	75,916.69	87,167.17	74,802.84
其中：主营业务收入	57,017.40	67,720.54	58,880.85
营业毛利	**20,941.40**	**22,990.93**	**22,377.11**
其中：主营业务毛利	18,957.25	21,417.31	21,609.68
其他业务毛利	1,984.14	1,573.62	767.43
投资收益	425.19	81.56	168.83
营业利润	**11,356.40**	**12,542.96**	**11,830.49**
营业外收支净额	2,521.76	3,598.47	2,712.39
利润总额	13,878.16	16,141.43	14,542.88
净利润	**13,783.74**	**16,164.93**	**14,465.72**

2012年、2013年和2014年，公司营业利润占利润总额比分别为81.35%、77.71%和81.83%。公司利润主要来自于主营业务所产生的毛利，包括期刊类业务、教材教辅业务、一般图书业务及广告业务毛利。报告期内，公司主营业务所产生的毛利有所下降，与收入变化趋势基本一致。

1、主营业务毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
期刊	7,155.95	37.75	7,923.47	37.00	8,038.48	37.20
教材教辅	6,911.97	36.46	6,857.43	32.02	6,686.62	30.94
广告	4,047.38	21.35	4,293.73	20.05	4,879.85	22.58
一般图书	901.35	4.75	1,248.91	5.83	1,825.76	8.45
新媒体及其他	-59.40	-0.31	1,093.76	5.11	178.97	0.83
总计	**18,957.25**	**100.00**	**21,417.31**	**100.00**	**21,609.68**	**100.00**

2014年，公司主营业务毛利较2013年下降2,460.06万元，主要系公司当期期刊业务销售毛利及新媒体及其他中的活动收入毛利减少所致。公司主营业务毛利主要来自于期刊业务，占比均在37%以上；其次为教材教辅业务毛利，占比均在

30%以上；广告业务毛利平均占比在20%左右。

（1）期刊业务毛利分析

单位：万元

类别	2014 年	2013 年	2012 年
《读者》	7,868.71	8,625.93	7,963.39
其他期刊	-712.76	-702.46	75.09
合计	**7,155.95**	**7,923.47**	**8,038.48**

报告期内，发行人期刊业务毛利主要由《读者》贡献，2013 年及 2014 年其他期刊亏损主要是发行人推出的新刊物《明周刊》《漫品》《华夏理财》处于发刊初期，对邮政渠道和渠道商的铺货较大，导致当期损耗较大所致。《华夏理财》主要以广告经营收入作为盈利模式，不依赖于发行收入盈利，该刊 2014 及 2013 年《华夏理财》实现的广告收入分别为 2,799.65 万元及 739.26 万元。

（2）教材教辅毛利分析

报告期内，发行人教材教辅销售金额及毛利额变化情况见下表：

单位：万元

产品	出版品种（新品种）	销售数量	销售金额	生产成本	毛利额
	2014 年度				
教材	1,358（268）	3,496.01	16,756.17	11,033.43	5,722.74
教辅		3,768.65	7,531.75	6,342.51	1,189.24
合计		**7,264.66**	**24,287.91**	**17,375.94**	**6,911.97**
	2013 年度				
教材	1,626（240）	3,653.57	17,160.86	11,474.71	5,686.15
教辅		3,398.71	8,782.31	7,611.03	1,171.28
合计		**7,052.28**	**25,943.18**	**19,085.74**	**6,857.43**
	2012 年度				
教材	1,084（210）	3,924.92	17,732.65	12,121.38	5,611.27
教辅		3,515.67	6,100.69	5,025.34	1,075.35
合计		**7,440.59**	**23,833.34**	**17,146.72**	**6,686.62**

报告期内，发行人教材销售收入整体呈下降趋势，但由于教材生产成本控制较好，教材销售收入贡献毛利保持小幅增长。发行人教辅出版品种多，且每年出版品种变化较大，报告期内呈销售波动大而贡献毛利相对稳定态势。总体而言，报告期内发行人教材教辅收入波动较大，但因教材印刷成本控制较好，教材教辅贡献毛利稳定。

（3）广告及一般图书毛利分析

报告期内，由于《读者》广告收入受网络广告冲击持续下降，其贡献的毛利亦呈下降趋势；子公司旺财传媒广告收入保持增长态势，但因其广告成本较高，导致发行人总体广告毛利呈下降趋势。

公司一般图书出版量较小，贡献毛利占比也较小。

（4）新媒体及其他毛利分析

报告期内主营业务中的新媒体及其他的主要内容和盈利情况见下表：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	销售收入（万元）	毛利（万元）	销售收入（万元）	毛利（万元）	销售收入（万元）	毛利（万元）
新媒体						
读者手机	37.33	-26.18	119.71	10.85	44.94	-0.09
读者平板	105.31	4.87	121.12	37.60	161.74	51.26
读者电纸书	38.03	7.01	113.10	25.32	423.97	100.25
小计	180.67	-14.30	353.93	73.77	630.65	151.42
其他业务						
数码产品	2,788.08	40.02	8,351.57	185.55	1,299.15	13.68
制作费	23.38	-28.69	151.45	-14.99	139.03	18.02
会展业务	203.77	1.72	9.44	1.85	113.69	49.38
培训业务	28.47	0.83	91.46	7.03	59.91	22.70
活动收入	28.89	-19.61	1,579.51	827.50	-	-
其他	23.58	-39.38	112.85	13.07	66.5	-76.22
小计	3,096.17	-45.11	10,296.28	1,020.01	1,678.28	27.56
合计	**3,276.85**	**-59.40**	**10,650.20**	**1,093.76**	**2,308.92**	**178.97**

报告期内，发行人主营业务中的其他业务主要是手机、平板电脑等电子产品贸易收入、会展业务、培训业务及带来活动收入。报告期内， 2013 年活动收入（为子公司旺财传媒为机构客户组织汽车、电子产品等的展示会、金融产品推介

会收入）贡献 827.5 万元导致当期末主营业务中新媒体及其他收入盈利 1,093.76；2013 年数码产品贸易增长幅度较大，主要是当期批发给上海纽合朴网络技术有限公司和上海靓讯工贸有限公司的贸易性质的手机大幅增长所致。2014 年子公司旺财传媒未承接到大额的该类代理活动，当期其他业务微亏。

2014 年读者手机的销售毛利为负，主要是当期处理老型号读者手机价格较低所致。

2、其他业务毛利分析

报告期内，公司其他业务毛利的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额（万元）	毛利	金额（万元）	毛利	金额（万元）	毛利
纸张	6,577.44	246.25	9,750.68	222.07	8,653.87	36.66
纸浆	10,627.88	184.82	8,425.42	128.18	6,370.13	104.13
影视投资	958.33	958.33	353.77	353.77	-	-
出租	245.52	195.12	224.07	176.91	224.50	175.31
版权	109.53	49.22	227.58	227.58	281.31	281.31
信息费	311.30	311.30	329.17	329.17	7.91	7.91
代印管理费	40.05	40.05	63.02	63.02	19.32	19.32
软件销售	-	-	-	-	180.52	7.22
其他	29.25	-0.94	72.92	72.92	184.43	135.57
合计	**18,899.29**	**1,984.15**	**19,446.63**	**1,573.62**	**15,921.99**	**767.43**

报告期内，公司其他业务毛利持续增长，主要是公司2013年、2014年投资影视剧拍摄分别实现投资收益为353.77万元、958.33万元及信息数据业务毛利增长所致。

（四）报告期经营成果变动分析

报告期内，公司经营成果变动情况如下：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	同比增长（%）	金额（万元）	同比增长（%）	金额（万元）	同比增长（%）

一、营业收入	**75,916.69**	**-12.91**	**87,167.17**	**16.53**	**74,802.84**	**22.56**
减：营业成本	**54,975.30**	**-14.34**	**64,176.24**	**22.41**	**52,425.73**	**34.13**
营业税金及附加	409.55	-33.88	619.39	-16.60	742.66	21.69
销售费用	2,089.53	-8.64	2,287.13	-1.55	2,323.23	57.84
管理费用	7,032.91	-3.90	7,317.96	7.87	6,784.14	-7.81
财务费用	-198.12	-55.48	-445.06	105.00	-217.10	43.71
资产减值损失	676.31	-9.84	750.11	-30.71	1,082.52	88.52
加：投资收益	425.19	421.33	81.56	-51.69	168.83	-65.46
二、营业利润	**11,356.40**	**-9.46**	**12,542.96**	**6.02**	**11,830.49**	**-5.90**
加：营业外收入	2,548.33	-29.60	3,619.81	33.36	2,714.26	94.20
减：营业外支出	26.56	24.47	21.34	1,041.57	1.87	-96.00
三、利润总额	**13,878.16**	**-14.02**	**16,141.43**	**10.99**	**14,542.88**	**4.45**
减：所得税费用	94.42	501.67	-23.51	-130.46	77.16	2,169.54
四、净利润	**13,783.74**	**-14.73**	**16,164.93**	**11.75**	**14,465.72**	**3.93**

1、期间费用

报告期内，公司期间费用明细及其占营业收入的比重情况如下：

年度	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占营业收入比（%）	金额（万元）	占营业收入比（%）	金额（万元）	占营业收入比（%）
销售费用	2,089.53	2.75	2,287.13	2.62	2,323.23	3.11
管理费用	7,032.91	9.26	7,317.96	8.40	6,784.14	9.07
财务费用	-198.12	-0.26	-445.06	-0.51	-217.10	-0.29
合计	**8,924.32**	**11.76**	**9,160.03**	**10.51**	**8,890.27**	**11.88**

报告期内，公司期间费用基本保持稳定，占营业收入的比重在10%～12%之间。公司期间费用主要为管理费用，占期间费用的80%左右。

报告期内，公司期间费用占营业收入的占比与可比上市公司对比如下：

可比公司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
时代出版（600551）	7.39%	7.94%	9.97%
出版传媒（601999）	18.34%	20.36%	22.33%

可比公司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
中南传媒（601098）	23.45%	24.41%	24.06%
凤凰传媒（601928）	24.99%	25.45%	25.59%
平均	**18.54%**	**19.54%**	**20.49%**
本公司	**11.76%**	**10.51%**	**11.88%**

资料来源：各公司定期报告。

报告期内，公司期间费用率显著低于可比上市公司平均水平，主要原因是：在公司营业收入中，《读者》与教材业务的销售费用较低。《读者》采用的是分印结合分发运营模式，能保证业务流程及资金循环顺畅，并大幅降低了运输成本；教材全部由政府采购，该部分业务的销售费用亦较低。

（1）管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下表所示：

单位：万元

项　目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
职工薪酬	4,205.22	59.79	4,841.81	66.16	4,190.51	61.77
办公费	260.63	3.71	287.59	3.93	468.36	6.90
交通费	74.89	1.06	87.07	1.19	90.22	1.33
业务招待费	136.55	1.94	193.00	2.64	410.21	6.05
会议差旅费	224.55	3.19	211.72	2.89	195.60	2.88
修理费	71.33	1.01	69.36	0.95	51.71	0.76
折旧费	867.41	12.33	433.66	5.93	409.49	6.04
无形资产摊销	137.67	1.96	142.15	1.94	130.95	1.93
资料费	6.49	0.09	9.58	0.13	31.24	0.46
董事会会费	22.19	0.32	20.17	0.28	24.58	0.36
税金	95.46	1.36	96.65	1.32	74.42	1.10
中介费用	110.27	1.57	145.23	1.98	176.54	2.60
物业费	35.06	0.50	4.95	0.07	16.55	0.24
房租	34.11	0.48	35.10	0.48	50.26	0.74
水电暖费	160.72	2.29	121.11	1.66	127.05	1.87

付集团房屋租赁、汽车费用	104.63	1.49	104.63	1.43	134.63	1.98
研发设计费	209.54	2.98	319.19	4.36	42.53	0.63
其他	276.19	3.93	194.97	2.66	159.27	2.35
合　计	**7,032.91**	**100.00**	**7,317.96**	**100.00**	**6,784.14**	**100.00**

管理费用主要包括管理人员工资薪酬、折旧费、管理人员办公费用等。报告期内，管理费用中人员工资薪酬平均占比在60%以上，占比较高。2013年公司管理费用较2012年增加533.82万元，主要原因为公司当期收入、利润较2012年均有较大幅度增长，员工薪酬相应有所增加；2014年公司管理费用较2013年减少285.04万元，主要系当期员工薪酬减少所致。

报告期内，发行人管理费用中的中介费用主要是上市辅导费用、各项有业务咨询费、新设公司评估审计费、天津新媒体大厦项目阶段性验收审计服务费等。

2012-2014 年中介费用分别为 176.54 万元、145.23 万元和 110.27 万元，2013 年中介费用下降的主要原因是 2012 年发生的辅导费、投资项目审计费、发行人办公用地测绘费和天津新媒体大厦项目阶段性验收审计服务费共计 84.43 万元，2013 年后未再发生。

报告期内，发行人与发行上市的相关费用包括支出的保荐费用 300 万元，年报审计费用 198.87 万元和律师费用 40 万元已全部在“其他应收款”科目确认，待发行人首次发行股票后，从中股票发行溢价中扣除。

报告期内，发行人期间费用占营业收入及营业收入（扣除材料销售）的比重情况如下：

项目	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	占营业收入比	占营业收入比（扣除材料销售）	占营业收入比	占营业收入比（扣除材料销售）	占营业收入比	占营业收入比（扣除材料销售）
销售费用	2.75%	3.56%	2.62%	3.32%	3.11%	3.89%
管理费用	9.26%	11.98%	8.40%	10.61%	9.07%	11.35%
财务费用	-0.26%	-0.34%	-0.51%	-0.65%	-0.29%	-0.36%
合 计	**11.76%**	**15.20%**	**10.51%**	**13.28%**	**11.88%**	**14.87%**

① 公司销售费用率与同行业上市公司对比

可比公司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
时代出版（600551）	2.51%	2.76%	3.75%
出版传媒（601999）	7.60%	8.90%	9.22%
中南传媒（601098）	12.51%	12.72%	12.05%
凤凰传媒（601928）	12.48%	13.97%	14.39%
平 均	8.78%	9.59%	9.85%
发行人	2.75%	2.62%	3.11%
发行人（扣除材料销售后）	3.56%	3.32%	3.89%

资料来源：各公司定期报告。

发行人的销售费用主要包括销售人员的薪资及奖金、课本培训费、业务宣传费、及运杂费等。报告期内，发行人销售费用率与同行业相比较低主要原因为公司营业收入构成及销售所需投入与同行业可比上市公司存在差异。报告期内，发行人《读者》及教材销售收入约占公司主营业务收入的 60%，《读者》及教材分别主要依托全国邮政系统和甘肃省新华书店销售。其中主刊《读者》采用的是分印结合分发运营模式，经过与印厂、邮局多年的业务合作，该营运模式能保证业务流程及资金循环顺畅，营销投入少，运输成本低；发行人教材由甘肃省新华书店负责全省发行，运输成本低。贡献发行人业务收入 60%的《读者》及教材业务所需销售费用少，导致发行人销售费用率较同行业上市公司低。

②公司与同行业上市公司管理费用率对比情况

可比公司	2014 年度	2013 年度	2012 年度
时代出版（600551）	4.95%	5.46%	6.98%
出版传媒（601999）	12.01%	13.65%	15.08%
中南传媒（601098）	13.33%	14.05%	14.67%
凤凰传媒（601928）	13.07%	14.04%	14.08%
平均	10.84%	11.80%	12.70%
发行人	9.26%	8.40%	9.07%
发行人（扣除材料销售后）	11.98%	10.61%	11.35%

资料来源：各公司定期报告。

公司的管理费用包括管理人员工资薪酬、折旧费、管理人员办公费用等。报告期内，管理费用中人员工资薪酬及折旧费平均占比在 70%以上，与同行业可比

上市公司管理费用结构占比相似。报告期内，发行人管理费用占扣除材料销售收入营业收入后的管理费用率与同行业上市公司平均水平不存在重大差异。

（2）销售费用

报告期内，公司销售费用明细构成情况如下：

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
	金额（万元）	金额（万元）	金额（万元）
职工薪酬	743.9	650.87	554.76
办公费	50.05	60.85	26.59
会议差旅费	104.56	100.67	83.92
业务招待费	59.96	49.98	47.57
折旧费	21.39	25.33	26.20
运杂费	300.44	261.30	284.28
广告及业务宣传费	434.84	492.23	424.45
仓储费、租赁费	56.15	409.71	117.93
课本培训费	104.64	98.14	430.82
包装费	-	0.76	0.73
技术服务费	1.95	61.11	95.89
其他	211.64	76.18	230.09
合　计	2,089.53	2,287.13	2,323.23

发行人销售费用中的其他主要为期刊杂志进入空港、高铁、高端酒店等的展示费及渠道推广费用。报告期内，发行人发生的红字冲销售收入均为图书退货所致。

发行人不存在因销售折让情形，亦不存在给经销商现金、实物返利的情形。

①仓储费用 2013 年大幅提高而 2014 年大幅下降的原因

发行人 2013 年度“仓储费、租赁费”为 409.71 万元，较 2012 年增幅 247.41%，主要系 2013 年度发行人子公司旺财传媒向万达商业管理有限公司租赁

部分万达广场 LED 屏广告位及场地总金额 400 万元，租赁期限为 2012 年 10 月 22 日至 2013 年 12 月 31 日，发行人每月摊销该部分费用，2013 年共摊销 342.86 万元。随着 2013 年底该租赁费用摊销完毕，发行人 2014 年的仓储费、租赁费大幅下降。

②课本培训费归集的主要内容及 2013 年大幅下降的原因

报告期内公司课本培训费归集的主要内容为高中课程教材、中小学义务教育教材培训费用。

2012 年度甘肃省实行普通高中新课程改革，发行人作为甘肃省高中教材主要代理出版公司，负责在全省范围内组织对高中教师进行新课程教材培训。而 2013 年度发行人仅需在兰州市范围内对甘肃省内骨干老师进行部分有变动人教版高中教材培训及中小学义务教育教材培训，课本培训范围、内容较 2012 年度大幅减少，导致发行人 2013 年课本培训费降幅较大。

（3）财务费用

公司报告期内财务费用明细如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
利息支出	226.98	-	-
减：利息收入	433.83	455.43	222.32
汇兑损益	0.29	1.63	-0.01
金融机构手续费	8.44	8.74	5.23
合计	**-198.12**	**-445.06**	**-217.10**

报告期内，本公司经营活动产生现金流量较好，在现有业务和经营规模下，贷款较少，利息收入均高于利息支出额。

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
资产减值损失合计（万元）	676.31	750.11	1,082.52
其中：坏账损失（万元）	166.28	239.65	658.24

存货跌价损失（万元）	510.04	510.46	424.28
利润总额（万元）	13,878.16	16,141.43	14,542.88
占利润总额比（%）	4.87	4.65	7.44

报告期内，公司资产减值损失全部为计提的坏账准备及存货跌价准备。公司资产减值损失计提充足，占当期利润总额比例较小，对公司经营业绩影响较小。

3、投资收益

报告期内，公司实现的投资收益明细如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
短期理财产品投资收益	6.38	65.46	2.30
持有至到期投资投资收益	110.00	85.92	-
权益法核算长期股权投资产生的投资收益	196.72	193.86	130.91
可供出售金融资产投资收益	112.08	36.33	35.62
合作收益	-	-300.00	-
合　计	**425.19**	**81.56**	**168.83**

报告期内，公司共实现投资收益675.57万元，其中：公司购买的理财产品实现投资收益270.06万元；投资新星出版实现投资收益共521.49万元；投资泰山传媒实现投资收益184.02万元；2013年公司实现合作收益-300万元，系当年影视剧投资亏损所致。

4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
固定资产处置利得	-	0.38	-
政府补助	2,458.52	3,608.09	2,696.31
其中：增值税退税	1,174.56	1,363.73	940.80
其他	89.80	11.34	17.95
合计	**2,548.33**	**3,619.81**	**2,714.26**

报告期内，公司营业外收入主要是按国家税收优惠政策收到的增值税退税款和出版发展基金、数字化出版基金及网络建设专项基金等政府补助款使用转入。

2012 年、2013 年及 2014 年，公司政府补助款占当期利润总额的比例分别为 18.54%、22.35%及 17.72%，对公司的经营业绩影响较小。

5、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
固定资产报废损失	0.63	0.31	0.31
捐赠支出	0.50	20.02	-
其他	25.44	1.01	1.56
合计	**26.56**	**21.34**	**1.87**

（五）毛利率分析

1、公司主营业务毛利率构成及变动分析

报告期内，公司主营业务毛利率构成如下表所示：

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
期刊	37.22%	38.08%	38.14%
教材教辅	28.46%	26.43%	28.06%
一般图书	18.12%	21.92%	27.50%
广告	77.05%	92.89%	97.11%
新媒体及其他	-1.81%	10.27%	7.75%
综合毛利率	**33.25%**	**31.63%**	**36.70%**

报告期内，公司主营业务综合毛利率保持在 30%以上。2012 年、2013 年及 2014 年，剔除新媒体及其他业务后，公司主营业务综合毛利率分别为 37.88%、35.61%及 35.39%；2013 年度，公司主营业务毛利率较 2012 年度下降 5.07 个百分点，下降幅度较大，主要是因为子公司读者数码开展了大量毛利率低的手机贸易业务，从而拉低了公司当期综合毛利率。2014 年度，公司综合毛利率较 2013 年增长 1.62%，主要原因为教材教辅的毛利率增加及毛利率较低的手机贸易业务大幅减少所致。

（1）期刊毛利率分析

发行人期刊通过邮政渠道、渠道商和零售实现销售。邮政渠道的销售包括订阅和通过邮局订货的报刊亭销售终端和民营书商等零售；渠道商包括具有发行资质的图书公司和书商，通过包销和代销方式实现销售；零售主要是机构客户定制的用于向其客户赠阅并作宣传的形象刊和公司直销部分。报告期内，发行人期刊收入及毛利按邮政渠道、渠道商、零售分类情况如下表所示：

单位：万元

商品分类	邮政渠道			渠道商			零售			合计
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	
2012 年	17,690.63	83.94%	40.08%	1,429.84	6.78%	5.61%	1,954.54	9.27%	44.37%	21,075.01
2013 年	17,445.13	83.84%	43.46%	1,736.45	8.35%	-28.29%	1,625.35	7.81%	51.27%	20,806.93
2014 年	15,612.66	81.21%	43.27%	1,818.98	9.46%	-28.61%	1,793.07	9.33%	51.34%	19,224.71

报告期内，发行人期刊 80%通过邮政渠道实现销售，其余部分通过渠道商销售或零售。公司零售为直销部分，销售毛利率高于邮政渠道及渠道商；邮政渠道销售毛利率较为稳定，而渠道商销售毛利率低。发行人各类期刊按销售渠道分类的销售收入和毛利率差异情况分析如下：

①2014 年度期刊业务分渠道列示的销售及毛利情况

单位：万元

商品分类	邮政渠道		渠道商		零售	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
《读者》	15,061.68	44.61%	594.08	43.21%	1,685.37	53.02%
《华夏理财》	2.44	-168.76%	14.9	-3231.60%	0.33	-3231.70%
其他期刊	548.54	7.56%	1,210.00	-24.41%	107.37	34.99%
合计	**15,612.66**	**43.27%**	**1,818.98**	**-28.61%**	**1,793.07**	**51.34%**

②2013 年度期刊业务分渠道列示的销售及毛利情况

单位：万元

商品分类	邮政渠道		渠道商		零售	
	销售收入	毛利率	销售收	毛利率	销售收	毛利率

			入		入	
《读者》	16,854.82	45.08%	501.49	43.69%	1,428.59	56.61%
《华夏理财》	0.21	-220.03%	0.92	-38768.41%	0.09	-38769.46%
其他期刊	590.10	-2.75%	1,234.04	-28.70%	196.67	30.42%
合计	**17,445.13**	**43.46%**	**1,736.45**	**-28.29%**	**1,625.35**	**51.27%**

③2012 年度期刊业务分渠道列示的销售及毛利情况

单位：万元

商品分类	邮政渠道		渠道商		零售	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
《读者》	17,056.12	41.23%	255.52	39.75%	1,777.68	46.63%
其他期刊	634.51	9.17%	1,174.32	-1.82%	176.87	21.62%
合计	**17,690.63**	**40.08%**	**1,429.84**	**5.61%**	**1,954.54**	**44.37%**

④报告期内发行人期刊分销售渠道毛利率分析

报告期内，发行人《读者》主要通过邮政渠道实现销售，实现的销售收入占《读者》销售收入的 86%以上；其次是零售，实现的销售收入约占 10%，通过渠道商实现的收入占比在 4%以下。A、报告期内发行人给于邮政渠道的价格折率为 63.5%，代销部分占总量的 3%以内且实际实现销售率在 90%左右，因此发行人通过邮政渠道销售《读者》的毛利率较为稳定；B、发行人选择资质较好的渠道商作为销售渠道的补充，价格折率在 65%左右。由于代销部分损耗较高，平均损耗约为代销量 5%，导致渠道商的销售毛利率低于邮政渠道；C、《读者》零售收入主要是机构客户订阅的形象刊，给于的价格折率一般在 65-80%，且没有损耗，因此该部分销售的毛利率高于邮政渠道。

发行人其他期刊（除《华夏理财》外）发行量较小，通过渠道商实现的销售收入占比约 60%；通过邮政渠道实现约 30%的销售收入；零售实现销售收入约 10%。A、公司其他期刊没有《读者》的议价能力强，因此给与邮政渠道的价格折率较低，约为 35-65%，代销部分实际实现销售率在 50-60%左右，导致邮政渠

道实现的销售毛利率比《读者》低。另外，邮政渠道较渠道商稳定，铺货少，未实现销售的耗损亦相对较少，因此总体毛利率要高于渠道商；B、2013 年，其他期刊邮政渠道实现的销售毛利率为-2.75%，主要是《明周刊》和《漫品》通过邮政渠道铺货较多，当期实现的销售较少，代销部分实际实现销售率在 10%左右，耗损大，导致其他期刊总体亏损；扣除该两种刊物，其他期刊邮政渠道实现的销售毛利率为 8.64%；C、2013 年及 2014 年，其他期刊通过渠道商销售的毛利率为负，主要原因是 2012 年《明周刊》和《漫品》开始试刊发行，通过渠道商铺货较多，代销部分实际实现销售率在 10-15%左右，损耗大；除《明周刊》和《漫品》之外的其他期刊价格折率约为 62%，代销部分实际实现销售率在 40-50%左右，损耗较大；D、零售收入主要是期刊直销部分，零售价格折率在 50-80%，报告期内公司其他期刊零售毛利率小幅增长主要是《读者·原创》和《读者欣赏》机构客户订阅毛利上升所致。

《华夏理财》在邮政渠道、渠道商及零售商销售部分毛利率均为负，主要原因为：《华夏理财》于 2013 年开始发行，市场定位为都市白领、及有理财需求的中等收入以上人群。《华夏理财》主要以广告经营收入作为盈利模式，不依赖于发行收入盈利，大部分通过渠道商及零售商在 ATM 机、银行大厅、高铁、空港、高端酒店、各零售网点进行展阅，期刊销售耗损率高。该刊 2014 及 2013 年《华夏理财》实现的广告收入分别为 2,799.65 万元及 739.26 万元。

（2）教材教辅毛利率分析

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
教材	34.15%	33.13%	31.64%
教辅	15.79%	13.34%	17.63%
合计	**28.46%**	**26.43%**	**28.06%**

报告期内，公司教材教辅业务毛利率总体保持稳定。2013 年，公司教辅新增品种的制版费用增加，导致教辅业务毛利率较 2012 年有所下降。2014 年，公司教材教辅业务毛利率较 2013 年提高 2.03 个百分点，主要系公司教材教辅印刷费成本降低所致。

（3）其他产品毛利率分析

公司一般图书业务毛利率受每年出版种类、数量、批次的不同而出现波动。报告期内，随着一般图书稿酬和印刷成本上升，公司一般图书毛利率持续降低。

报告期内，公司广告业务毛利率较高但呈现下降趋势。2014 年，公司广告业务毛利率较 2013 年减少 15.84 个百分点，主要原因为子公司旺财传媒当期开展了毛利率较低的广告业务，拉低了公司广告业务综合毛利率。

由于公司新媒体及其他业务处于起步阶段，加之市场竞争激烈，报告期内，公司新媒体及其他业务毛利率处于较低水平，且业务占比较小，对公司盈利能力影响较小。

根据市场实际情况，公司按照“内容平台+智能终端”模式试探性开展数字移动终端的定制及销售业务。报告期内，公司数码产品通过零售和批发的形式直接销售，客户主要是电子产品零售商及各类企事业单位。报告期内，公司数码产品按销售方式划分的销售毛利情况如下：

单位：万元

项目	零售			批发		
	销售收入		毛利率	销售收入		毛利率
	金额	占比		金额	占比	
2012 年度						
读者手机	8.61	19.16%	13.75%	36.32	80.84%	-3.51%
读者平板	153.80	95.09%	32.54%	7.94	4.91%	15.38%
读者电纸书	405.41	95.62%	24.18%	18.56	4.38%	12.00%
手机贸易	—	—	—	1,299.15	100.00%	1.05%
合 计	**567.82**	**29.42%**	**26.28%**	**1,361.97**	**70.58%**	**1.16%**
2013 年度						
读者手机	80.92	67.60%	7.03%	38.79	32.40%	13.30%
读者平板	105.57	87.16%	32.31%	15.55	12.84%	22.44%
读者电纸书	98.07	86.72%	23.11%	15.02	13.28%	17.60%
手机贸易	—	—	—	8,351.57	100.00%	2.22%
合 计	**284.56**	**3.27%**	**21.95%**	**8,420.94**	**96.73%**	**2.34%**
2014 年度						
读者手机	30.49	81.68%	-27.80%	6.84	18.32%	-258.86%
读者平板	105.31	100.00%	4.63%	—	—	—
读者电纸书	33.33	87.64%	18.80%	4.70	12.36%	15.78%
手机贸易	—		—	1,458.46	100.00%	2.43%
平板电脑贸易	—			1,329.62	100.00%	0.35%

合 计	**169.14**	**5.70%**	**1.58%**	**2,799.62**	**94.30%**	**0.82%**

2014 年读者手机销售毛利率为负，主要是当期处理老型号读者手机价格较低所致。

2、同行业上市公司比较分析

由于目前我国尚无完全以期刊出版及教材教辅出版为主要业务的上市公司，因此选取与本公司业务模式及生产模式较为接近的上市公司予以比较。本公司与可比上市公司出版业务销售毛利率的对比情况如下：

公司名称	2014 年度	2013 年度	2012 年度
时代出版（600551）	31.79%	35.82%	34.17%
出版传媒（601999）	31.95%	36.84%	32.92%
中南传媒（601098）	27.50%	27.73%	27.16%
凤凰传媒（601928）	31.37%	36.84%	32.92%
平均	**30.65%**	**34.31%**	**31.79%**
本公司	**33.25%**	**31.63%**	**36.70%**

资料来源：各公司定期报告。

公司期刊出版业务占比较高，而期刊出版业务具有较高的毛利率，导致与同行业可比上市公司相比，本公司的产品毛利率处于相对较高水平。

（六）非经常性损益分析

报告期内，公司的非经常性损益情况如下表：

单位：万元

明细项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
非流动资产处置损益	-0.63	0.07	-0.31
计入当期损益的政府补助	1,283.96	2,244.36	1,755.51
委托他人投资或管理资产的损益	1,074.72	205.15	2.30
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-153.99
其他营业外收支净额	63.86	-9.69	16.40
非经常性损益合计	**2,421.92**	**2,439.89**	**1,619.90**
减：企业所得税影响数	29.10	105.74	141.38

非经常性损益净额	2,392.82	2,334.15	1,478.52
归属少数股东的部分	85.30	217.74	181.99
归属于公司普通股股东的非经常性损益	2,307.52	2,116.42	1,296.53
归属于母公司所有者的净利润	14,119.72	16,389.82	14,575.72
非经常性损益占净利润的比重（%）	16.34	12.91	8.90

报告期内，公司非经常性损益主要来源于当期的政府补助款使用转入。2012年、2013年及2014年，计入当期损益的政府补助分别为1,755.51万元、2,244.36万元及1,283.96万元。报告期内，公司非经常性损益占净利润的比重较低，对公司盈利能力的影响较小。

（七）报告期内纳税情况分析

1、报告期内增值税缴纳情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2012 年	1,013.46	1,654.98	1,492.28	1,176.16
2013 年	1,176.16	2,091.80	2,558.14	709.82
2014 年	709.82	1,442.06	2,120.21	31.67

2、报告期内营业税缴纳情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2012 年	65.51	309.85	240.37	134.99
2013 年	134.99	148.10	273.74	9.34
2014 年	9.34	15.29	18.75	5.88

3、报告期内文化事业建设费缴纳情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2012 年	30.54	150.76	118.48	62.81
2013 年	62.81	144.63	146.96	60.48

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2014 年	60.48	151.11	175.52	36.07

4、报告期内合并报表所得税费用与会计利润的关系

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
当期所得税费用	121.66	35.11	77.29
递延所得税费用	-27.23	-58.61	-0.13
所得税费用合计	94.42	-23.51	77.16
利润总额	13,878.16	16,141.43	14,542.88
所得税费用占比	0.68%	-0.15%	0.53%

5、税收优惠情况

报告期内，公司各项税收优惠占利润总额的占比如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年
税收优惠金额	4,788.99	5,270.65	4,558.10
其中：增值税退税	1,174.56	1,363.73	940.80
所得税优惠	3,614.70	3,906.92	3,617.29
利润总额	13,878.16	16,141.43	14,542.88
税收优惠占比	34.51%	32.65%	31.34%

三、现金流量分析

（一）报告期内现金流量分析

报告期内，公司现金流量总体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
经营活动产生的现金流量净额	11,877.76	17,100.28	14,880.60
其中：销售商品收到的现金	67,284.05	74,651.87	65,585.75
购买商品支付的现金	46,414.09	48,883.78	44,505.40
投资活动产生的现金流量净额	3,333.73	-5,433.87	-17,405.42
筹资活动产生的现金流量净额	-4,386.70	3,355.15	-3,934.26

现金及现金等价物净增加额	10,824.51	15,019.92	-6,459.07
期末现金及现金等价物余额	65,172.49	54,347.98	39,328.07

1、经营活动产生的现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量净额变动分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	67,284.05	74,651.87	65,585.75
收到的税费返还	1,174.56	1,363.73	940.80
收到其他与经营活动有关的现金	4,494.33	4,062.39	5,398.20
经营活动现金流入小计	72,952.93	80,077.98	71,924.75
购买商品、接受劳务支付的现金	46,414.09	48,883.78	44,505.40
支付给职工以及为职工支付的现金	7,762.56	7,525.40	6,327.27
支付的各项税费	3,013.23	3,547.98	2,520.40
支付其他与经营活动有关的现金	3,885.29	3,020.55	3,691.08
经营活动现金流出小计	61,075.17	62,977.71	57,044.15
经营活动产生的现金流量净额	**11,877.76**	**17,100.28**	**14,880.60**

公司经营活动现金流总体状况较好。2012年、2013年及2014年，公司销售商品所收到的现金分别占当期营业收入总额的87.68%、85.64%及88.63%，占比较高。期刊业务方面，公司与各业务合作方之间建立了长期稳定的合作关系，回款状况良好；中小学义务教育教材由政府组织统一采购，回款有保障。报告期内，公司产生的净利润累计为44,414.39万元，经营活动产生的现金流量净额累计为43,858.64万元，且2012年度、2013年度经营活动产生的现金流量净额均高于当期产生的净利润。公司经营业务孳生现金流量的能力较强，盈利质量较高。

（2）经营活动产生的现金流量净额与净利润的关联关系

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
净利润	13,783.74	16,164.93	14,465.72
加：资产减值准备	676.31	750.11	1,082.52
固定资产折旧、投资性房地产、生产性生物资产折旧	1,022.48	602.34	516.28
无形资产摊销	155.51	142.78	130.95
长期待摊费用摊销	14.10	348.50	62.78

处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	0.63	0.05	-
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	-	0.14	0.31
财务费用（收益以“－”号填列）	227.26	1.63	-0.01
投资损失（收益以“－”号填列）	-1,383.52	-435.33	-168.83
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-27.23	-58.61	-0.13
递延所得税负债增加（增加以“－”号填列）	-8.28	-	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,254.59	74.93	-1,310.23
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-3,080.31	-3,736.79	-1,631.58
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	1,751.66	3,245.60	1,732.82
经营活动产生的现金流量净额	**11,877.76**	**17,100.28**	**14,880.60**

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
收回投资收到的现金	6,100.00	23,700.00	-
取得投资收益收到的现金	228.47	187.70	37.92
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.02	0.01	-
收到其他与投资活动有关的现金	6,017.83	4,181.00	-
投资活动现金流入小计	12,346.32	28,068.71	37.92
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,869.91	3,581.25	6,784.06
投资支付的现金	6,100.00	24,700.00	612.40
取得子公司及其他营业单位支付的现金	-	-	6,746.87
支付其他与投资活动有关的现金	42.67	5,221.34	3,300.00
投资活动现金流出小计	9,012.59	33,502.59	17,443.33
投资活动产生的现金流量净额	**3,333.73**	**-5,433.87**	**-17,405.42**

报告期内，公司投资活动主要包括公司购买、收回七天定期存款、“读者（天津生态城）新媒体大厦”购建支出及对外股权投资产生的现金流入流出。其中大额投资活动现金流出、流入为：

2012年，购建“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”流出5,611.50万元；收购读者新媒体100%股权及泰山传媒10%股权流出7,686.72万元；投资拍摄电视

剧流出3,300.00万元。

2013年，收到投资拍摄电视剧本金及收益款4,175.00万元；银行七天定期存款流出23,700.00万元并于当期收回本金；购买信托理财产品1,000万元；购建“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”流出1,644.67万元；和；投资拍摄电视剧流出5,000.00万元。

2014年，收到投资拍摄电视剧本金及收益款6,015.83万元；银行七天定期存款流出6,100万元并于当期收回本金；购建“读者（天津生态城）新媒体大厦项目”流出1,690.02万元；支付北京申安投资集团有限公司 “讲文明树新风”公益广告灯箱制作安装款流出857.92万元。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
吸收投资收到的现金	-	-	2,740.00
取得借款收到的现金	-	7,000.00	1,000.00
收到其他与筹资有关的现金	-	-	335.74
筹资活动现金流入小计	-	7,000.00	4,075.74
偿还债务支付的现金	300.00	300.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4,056.70	2,932.85	3,000.00
支付其他与筹资有关的现金	30.00	412.00	5,010.00
筹资活动现金流出小计	4,386.70	3,644.85	8,010.00
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,386.70**	**3,355.15**	**-3,934.26**

报告期内，公司筹资活动所产生的现金流量主要包括公司的增资扩股、股利支付、银行借款及其本息偿还等。其中大额现金流出流入为：

2012年，广州文道、旺财传媒成立及读者数码增资分别吸收投资款600万元、2,000.00万元及140.00万元；取得银行借款1,000.00万元；支付2011年度分红3,000.00万元；支付读者集团工程代垫款5,000.00万元。

2013年，取得银行借款7,000.00万元；支付上市中介费用412.00万元；支付股利款2,700.00万元；偿还银行借款300.00万元。

2014年，支付上市中介费用30.00万元；支付股利款3,600.00万元；偿还银行借款300.00万元。

（二）资本性支出

1、报告期内公司重大资本性支出情况

报告期内的重大资本性支出主要为开拓新业务的长期股权投资支出，是公司现有产业链的延伸。

2012年2月，公司和读者集团签署股权转让协议，受让读者集团持有的泰山传媒10%股权，转让价格为612.40万元。

2012年4月，控股子公司读者数码新增注册资本1,100.00万元，公司以货币资金960万元投入，占其注册资本的85%。

2012年5月，公司和读者集团签署股权转让协议，约定将读者集团持有的读者新媒体100%股权转让予本公司，转让价格为7,074.32万元。

2012年5月，公司与广州白纸黑字文化传播有限公司共同设立广州文道。公司以货币资金1,000.00万元投入，持有其62.50%的股权。

2012年7月，公司在收购原人民社净资产的基础上投入货币资金1,000.00万元设立人民社有限，持有其100%的股权。

2012年10月，公司联合北京华夏时报传媒广告有限公司共同发起设立旺财传媒。公司以货币资金3,000.00万元投入，持有60%的股权。

2013年5月，公司投资设立华夏理财，公司以货币资金300.00万元投入，持有100%股权。

2014年10月，公司投资设立天元文化，公司以货币资金1,000.00万元投入，持有100%的股权。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

2015年1月，公司与北京申安联合有限公司、甘肃省文化产业发展集团有限公司共同出资设立读者传播，以货币资金2,400万元投入，持有40%的股权。

截至本招股说明书签署之日，除上述事项及本次募集资金项目外，公司无未来可预见的重大资本性支出。本次募集资金项目对公司主营业务和经营成果的影响，请详见本招股说明书“第十三节募集资金运用”之“三、募集资金投资项目

具体情况”。

四、公司财务状况和盈利能力的未来发展趋势分析

（一）“读者”品牌影响力是公司持续盈利能力的保障

自创刊以来，《读者》发行量连续多年位居国内期刊类首位，“读者”品牌获得了市场的充分肯定和认同，成为可持续盈利的重要保障。依托“读者”品牌，公司积极拓展品牌内涵，对公司业务进行品牌嫁接及强化，增强市场竞争力。

（二）居民收入水平和教育、出版政策的影响

随着社会经济的发展，我国城乡居民收入增长较快。中国城乡居民文教娱乐用品及服务类支出逐年上升，居民消费结构的升级形成了国内图书、期刊杂志出版发行行业的增长源泉。

《新闻出版业“十二五”时期发展规划》（新出政发[2011]6号）、《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》《文化产业振兴规划》《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》（新出产业[2009]298号）等多项产业政策的出台为我国出版发行行业的发展提供了良好的发展环境，也给本公司带来广阔的发展空间。

（三）税收优惠政策的持续性

出版发行行业是我国文化产业的重要组成部分，是国家政策扶持的重点行业，长期以来在财政、税收等方面享受国家统一制定的优惠政策。报告期内，公司享受免征所得税和增值税返还税收优惠政策。如果税收优惠政策到期后本公司不能继续享受有关优惠政策，公司的财务状况及营运业绩将受到不利影响。

（四）公司经营优势及困难对公司未来盈利能力的影响

公司形成了以期刊、教材教辅业务为主，广告及一般图书业务为支撑，新媒体业务为补充的多产品经营格局。报告期内，公司利用品牌影响大、期刊发行规模大的优势，增强议价能力，并较好地控制了业务成本，使主营业务盈利能力突出，保持了稳定增长趋势。公司属于轻资产运行模式，流动资产占总资产占比高，资产流动性及偿债能力较强。稳定的盈利能力和良好的财务状况为公司未来业务

拓展奠定良好的基础。在公司业务规模增大、积极布局数字出版业务的经营压力下，公司面临融资渠道单一和吸引优秀人才能力不足等经营困难。

公司将进一步巩固《读者》期刊的市场优势地位，加大刊群建设力度，充分发挥公司区域特色文化优势，提升公司多产品竞争优势。在不断提升公司管理水平的同时，大力引进行业高端人才，为实现公司全媒体运营的发展战略提供有力保障。本次募集资金投资项目是对公司现有业务的拓展，将全面提高公司的运营能力，拓宽公司的业务领域和收入来源，提高公司的整体盈利能力。

（五）发行人教材招投标的中标金额、对销售收入、净利润影响

1、发行人获得甘肃省中小学招投标教材出版、印刷代理权情况

报告期内，发行人获得人民教育出版社、华东师范大学出版社有限公司和中国地图出版社出版的义务教育阶段（政府采购项目）和高中阶段（非政府采购项目）在甘肃省的代理权。甘肃省中小学义务教育教材由主要以人民教育出版社版教材为重点选用教材，由甘肃省政府采购办，甘肃省农村义务教育经费保障机制改革领导小组办公室组织招标，中小学义务教育教材招投标合同的主要内容如下：

（1）招标合同规定的投标人资质要求

①出版

A、参加本次投标的教科书及辅助学习资源和地方课程教材须经全国中小学教材审定委员会或甘肃省中小学教材审定委员会审定通过；

B、国家课程免费教科书及相关课程的学习资源和地方课程教材必须符合甘肃省教育厅颁布的《甘肃省义务教育国家课程标准教学用书及相关辅助学习资源和地方课程教学用书目录》

②发行

A、主营图书、报刊或期刊发行且具有总发行资格的独立企业法人；

B、具有中小学教材征订、储备、配送、调剂、添货、零售及结算能力，在我省各地区具备有效的配套发行网络；

C、有健全的组织结构，管理规章制度及承担中小学教材发行工作相适应的

业务人员；

D、有图书、报刊或期刊发行经验和良好的社会信誉；

E、遵守国家有关发行的法律、法规和相关规定，年检合格，最近三年内无违反国家法律及出版管理法规的行为。

③发行人投标文件主要合同内容

发行人以代理的人教版中小学教材为投标核心，以华东师范大学出版社版和中国地图出版社版中小学教材为辅助，从出版、印制到发行层层重视质量，建立了一套系统的质量管理体系，从制度上保证教材的内在和外在质量，严格按照中华人民共和国国家标准 GB/T18359-2001《中小学教科书用纸、印刷质量标准和检验方法》执行。

报告期内投标、续标主要科目见下表：

投标项目	投标及续标科目	执行标准
2012 年度		
甘肃省 2012 年度免费教科书政府采购项目	语文（1-9 年级）、数学（1-9 年级）、英语（3-6 年级）（PEP）、英语（1-6 年级）（新起点）、英语（7-9 年级）（新目标）、物理（8-9 年级）、化学（9 年级）、地理（7-8 年级）、历史（7-9 年级）、生物（7-8 年级）、思想品德（7-9 年级）、音乐（1-9 年级）（循环教材）、美术（1-6 年级）（新版）（循环教材）、美术（7-9 年级）（循环教材）、品德与生活（1-2 年级）、品德与社会（3-6 年级）、体育与健康（7-9 年级）（循环教材）、历史（7-9 年级）、地理图册、数学（7-9 年级）、体育与健康（7-9 年级）（循环教材）、信息技术（7-8 年级）（循环教材）、信息技术（4-6 年级）（循环教材）	甘肃省教育厅《关于 2012 年义务教育国家课程教学用书有关事项的通知》（甘教基[2012]19 号）
2013 年度		
甘肃省 2013 年度免费教科书政府采购项目	语文（1-9 年级）、数学（1-9 年级）、英语（3-6 年级）（PEP）、英语（1-6 年级）（新起点）、英语（7-9 年级）（新目标）、物理（8-9 年级）、化学（9 年级）、地理（7-8 年级）、历史（7-9 年级）、生物（7-8 年级）、思想品德（7-9 年级）、音乐（1-9 年级）（循环教材）、美术（1-6 年级）（新版）（循环教材）、美术（7-9 年级）（循环教材）、品德与生活（1-2 年级）、品德与社会（3-6 年级）、体育与健康（7-9 年级）（循环教材）、历史（7-9 年级）、地理图册、数学（7-9 年级）、体育与健康（7-9 年级）（循环教材）、信息技术（7-8 年级）（循环教材）、信息技术（4-6 年级）（循环教材）	甘肃省教育厅《关于 2013 年义务教育国家课程教学用书有关事项的通知》（甘教基[2013]32 号）
2014 年度		
甘肃省 2014 年免费教科书（出	品德与生活（1-2 年级）（彩色）、品德与社会（3-6 年级）（彩色）、语文（1-6 年级）（彩色）、数学（1-6 年级）（彩色）、英语（1-6 年	GJ40624733-1

版）	级）（彩色）、音乐（1-6 年级）（彩色）、美术（1-6 年级）（彩色）、思想品德（7-9 年级）（彩色）、语文（7-9 年级）（彩色）、数学（7-9 年级）（彩色）、英语（7-9 年级）（彩色）、音乐（7-9 年级）（彩色）、美术（7-9 年级）（彩色）、物理（8-9 年级）（彩色）、化学（9 年级）（彩色）、生物（7-8 年级）（彩色）、地理（7-8 年级）（彩色）、历史（7-9 年级）（彩色）、体育与健康（7-9 年级）（彩色）、数学（7-9 年级）（彩色）（华东师大版）、体育与健康（7-9 年级）（彩色）（华东师大版）、历史（7-9 年级）（彩色）、地理图册（7-8 年级）（彩色）、民族团结（小学）（彩色）、名族团结（初中）（彩色）、甘肃历史（7-8 年级）（黑白）、信息技术（7-8 年级）（彩色）、绿色证书（7-8 年级）（双色）、信息技术（4-6 年级）（双色）	

2、报告期内中标金额及对发行人销售收入、净利润的影响

发行人中小学义务教材中标销售金额在甘肃省采购合同金额的占比情况如下：

年份	甘肃中小学义教教材采购合同金额（万元）	公司春秋两季义教教材销售金额（万元）	金额占比
2014 年	30,001.55	8,424.26	28.08%
2013 年	31,552.46	8,601.76	27.26%
2012 年	32,060.04	8,812.95	27.49%

甘肃省中小学义务教育教材采购金额包含出版、印刷和发行费用，发行人获得教材出版、印刷代理权，甘肃省新华书店负责在全省内发行。报告期内，发行人中小学义务教育教材销售金额占比稳定，但因报告期内甘肃省内中小学义务教材采购合同金额随甘肃中小学在校人数的下降而呈下降趋势，发行人该部分教材销售收入亦呈稳中有降态势。

发行人除代理省内中小学义务教育教材外，还代理高中阶段教材。报告期内，发行人教材销售收入及盈利情况如下：

年度	销售金额（万元）	生产成本（万元）	毛利额（万元）
2014 年度	16,756.17	11,033.43	5,722.74
2013 年度	17,160.86	11,474.71	5,686.15
2012 年度	17,732.65	12,121.38	5,611.27

报告期内，发行人教材销售收入整体呈下降趋势，但由于教材生产成本控制较好，教材销售收入贡献毛利小幅增长。

五、未来分红回报规划

关于公司股利分配政策、报告期内分红情况及未来分红回报规划的详细内容，请参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

第十二节 业务发展目标

一、发展战略及经营目标

（一）发展战略

充分发挥“读者”品牌优势，依靠机制创新和技术革新，做大做强期刊、教材教辅、特色图书出版发行主业；加速发展数字出版、网络传媒、动漫、文化创意等新兴文化业态；塑造立体化、跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制的产业格局；提升核心竞争力，实现跨越式发展，打造国内领先的全媒体运营企业。

（二）发行当年及未来二年发展目标

作为国内期刊出版业的领军企业，公司将一如既往地推广“读者”品牌、打造一流期刊、建设全媒体运营企业。公司未来 2～3 年的发展目标是：集中力量完成《读者》期刊群及配套营销中心的建设，进一步拓展《读者》期刊群的市场规模和品牌影响力；在做好数字资源库建设、数字编撰平台搭建等工作的基础上，着力开发拥有自主知识产权的数字产品，推进电子图书、手机阅读、网络发布等方面的工作，建立相应的数字出版商业模式，培育新的出版业态；通过对现有资源的应用和开发，开展线上教育培训平台、云图书馆及动漫生产基地等建设项目，实现产业链的升级和延伸；利用资本市场融资平台，努力成为出版业跨地区兼并重组的力量，实现集约化经营。

二、发行当年及未来二年的发展计划

（一）具体发展计划

1、打造中国传媒产业最具价值、最具影响力的驰名品牌

借助“读者”知名品牌优势，不断加大投资，发掘和聚集优秀人力资源，建立人才品牌，发挥专业优势，继续挖掘《读者》为核心的期刊方阵的品牌潜力。利用读者对公司品牌的忠实度，细化大众期刊阅读市场，增强公司的核心竞争力。公司将继续对现有业务及产品进行品牌嫁接及强化，利用“读者”品牌的影响力对外拓展产业链、进行区域并购，迅速扩大产业规模。积极实施“走出去”战略，努力打造国际驰名期刊品牌。

2、做好以《读者》为核心的刊群建设，用先进文化影响更多读者

（1）形成以《读者》杂志为核心的“多版本、多语种”的期刊群。在稳定《读者》主刊发行量的基础上，形成多版本（6 个版本）、多语种（4 种语言）刊物出版发行格局。

（2）形成 20 种左右、门类齐全的期刊方阵。在现有综合文化类、艺术类、科技类、少儿类期刊的基础上，逐步开发动漫、时尚、财经、时政、保健类期刊，通过自创、并购等多种方式形成 20 个种类的期刊方阵。

（3）利用多媒体技术积极开发数字期刊产品。充分利用互联网技术，积极开发基于网络出版、手机出版、各种阅读终端的电子杂志、手机报新媒体产品，并加强基于互联网技术的营销和产品销售。

3、推进特色图书出版

充分挖掘地域资源优势，围绕敦煌文化、丝绸之路、秦汉简牍以及黄河文化，通过系列策划、专题研究，开发具有较高学术价值、史料翔实，内容涉及科技、学术史、语言文学、石窟艺术、宗教文化、历史地理的精品读物、人文经典和西部史地类书籍，提高图书出版的综合实力，平衡图书与期刊出版，增强公司抗风险能力。

4、推动传统出版尽快向数字出版转型

通过建设数字资源库，结合公司期刊、图书资源的数字化转型，扩大数字化出版内容资源，丰富公司的数字产品线；打造“信息发布平台—信息互动平台—产品交易平台”的数字时代商业模式，建立以内容资源提供为主，内容、平台、终端三位一体的数字出版发展模式，打造富有特色的数字产品集群。促进公司从传统纸质出版向数字出版的升级转型。

5、出版资源信息化管理平台建设

新建和升级编辑、编务、印务、发行、仓储、财务核算、社务管理系统，实现“纵向贯通、横向集成”，实现办公系统、人力资源管理系统、智能决策支持系统、企业邮箱的协同；建设支撑公司主营业务运作的信息集成管理平台，优化

业务流程、强化公司管控、提高公司运营安全性；提升信息管理和经营决策效率、有效降低公司管理运营成本。

6、人才培养和人员扩充计划

公司计划在未来两到三年内通过内部挖潜、人员再培训、人才引进等多种方式培养出版界复合型人才、高端人才，提高数字产品的自主研发能力。同时，公司将继续完善富有成效的出版企业绩效考评制度，通过对员工业绩的有效评价及反馈，激发员工的工作热情和创新精神，实现绩效考评管理目标，确保公司的人才储备与发展战略相配套，保证公司的长期稳定发展。

7、业务拓展与销售网络建设计划

为适应战略规划，公司将遵循点、线、面相结合的原则，在现有营销与发行服务工作的基础上，计划未来两到三年内在北京、武汉、上海与广州四个地区分别设立营销与发行服务分部。结合行业业态创新趋势，通过现有渠道辅助、多渠道开拓，实现数字产品与传统产品销售互补，统筹公司广告资源，全面提升公司的营运能力。

8、布局全媒体，以多种形式传播优秀文化

随着我国经济的快速发展，公众对动漫、影视作品的需求和消费能力大为增强，动漫、影视、院线既是文化产品的重要表现形式和消费渠道，也是重要的意识形态阵地。本公司已经成立读者新媒体和读者动漫，并积极筹划以投资、并购等多种方式，介入影视剧制作、发行和电影院线业务，进一步加快全媒体建设步伐，将“读者”品牌延伸到新媒体领域，继续扩大影响力。

9、实现相关产业跨越式发展，推进战略合作

以结构调整为重点，实现出版业务、新媒体和相关产业跨越式发展的产业格局；以资本为纽带，推动跨媒体、跨地区、跨行业战略合作。以数字传媒转型为契机，建立面向图书、期刊、电子音像、互联网、移动媒体、动漫、影视的跨媒介产业发展集群；利用资本市场融资平台，努力成为我国出版业跨地区兼并重组的骨干力量，实现集约化经营。

（二）拟定上述计划所依据的假设条件

1、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展状态；

2、国家对发行人所处行业的各项鼓励和扶持政策没有重大改变；

3、公司所在行业及市场处于正常发展的状态，公司所需原材料及产品销售价格均能处于正常变动范围，没有出现重大市场突变情形；

4、公司能够及时通过各种融资方式获得足够的资金以满足持续发展的需要；

5、公司发展与研究新产品不会出现任何重大困难，产品不会出现重大替代；

6、不会发生对公司经营业务及公司财产导致重大损失的其他不可预见因素。

（三）实施上述计划可能面临的主要困难

1、资金方面

在募集资金到位之前，公司业务发展所需资金都是通过自有资金和银行贷款解决，融资渠道单一是公司实施上述计划的最大制约因素。

2、管理方面

在公司募集资金到位后，公司在战略规划、组织安排、资源配置、人才管理、运营管理、市场营销等方面将面临更大的挑战。

3、人才方面

为实现上述计划，公司对中高端人才需求量较大。由于公司地处西北地区，在吸引中高端人才上有一定的劣势。如何引进适应公司快速发展的优秀人才对公司现有人力资源管理带来了挑战。

4、技术方面

公司在保持现有生产技术水平的同时，技术创新能力及数字出版新技术的生产转化程度将影响公司的成本、费用及核心竞争力，并对公司技术提升提出了新的挑战。

（四）确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次募集资金计划的成功实施是实现上述业务发展目标的重要基础，公司将认真组织项目的实施，尽快实现投产，促进业务规模的扩大和数字出版技术水平的提高。

2、实行自身培养与人才引进相结合的人力资源开发方针，加强对内部员工的专业培训，同时适时引进优秀的专业技术人才、营销人才和管理人才，塑造公司的人才竞争优势。

3、加强与新媒体企业之间的战略合作，积极推进由单纯的出版发行企业向全媒体运营企业的转变，巩固和扩大公司的竞争优势。

4、以公司实现首发上市为契机，进一步完善法人治理结构；不断强化内部激励与约束机制，提升管理水平，强化品牌建设；集合品牌、人才、机制、市场等方面的优势，保障公司总体经营目标的实现。

三、上述业务发展计划与现有业务的关系

本公司的上述业务发展计划是以公司现有的品牌、市场、人员为基础，通过认真分析自身的优势和劣势，充分利用公司发展过程中所积累的资源和经验，适应出版发行规模化、数字化发展方向，并基于国民消费能力和阅读率的提升带动出版发行市场需求快速增加的良好发展前景而拟定的。

出版发行行业面临良好的发展机遇，数字化发展带来了全新挑战，上述发展计划将强化公司现有的业务基础，拓宽产品线，增强现有业务的深度，进一步发挥规模效应，提升公司现有业务的定位和经营理念，促使公司走上良性循环的发展道路。

上述发展计划的顺利实施，将全面提升公司的综合管理能力，给本公司带来新的利润增长点，推动公司现有业务向更高层次发展，有助于实现公司打造国内领先的全媒体运营企业的战略目标。

四、本次募集资金运用对实现上述业务发展计划的作用

本次募集资金运用对实现上述业务发展计划具有十分重要的作用。公司业务的快速发展和募集资金投资项目的顺利实施，是实现上述目标的前提。公司将通过《读者》期刊群、特色图书出版及配套营运中心的建设，提升传统主业的规模及盈利能力，充分发挥“读者”品牌的影响力；借助出版资源信息化建设项目及数字出版项目的实施，做好数字资源库建设、数字编撰平台搭建工作，着力开发

拥有自主知识产权并贴近市场需求的数字产品，推进电子图书、手机阅读、网络发布等方面的工作；建立适应公司实际的数字出版商业模式，培育新的出版业态，加快公司由传统出版向数字化出版转型的进程。

本次募集资金投资项目的顺利实施将大幅提升公司的运营能力和管理水平，进一步巩固公司出版业务及产品的领先优势，保障公司业务发展目标的顺利实现。

本次发行并上市后，公司将成为一家公众公司，企业形象、品牌知名度和吸引优秀人才的能力进一步提升。在不断完善公司治理和内部控制的同时，外部监督力量的加强也将有利于公司的长远发展，从而切实保障公司全体股东的利益。

第十三节 募集资金运用

一、本次发行募集资金规模及投资项目概述

（一）本次募集资金投资项目概况

经发行人 2013 年度股东大会审议通过，本次发行人拟向社会公开发行不超过 6,000 万股新股。募集资金的具体数额将根据中国证监会核准的发行数量和实际发行时的市场状况、询价情况具体确定。

本公司第二届董事会第二次会议以及 2013 年第一次临时股东大会对本次募集资金投资项目进行了审议，认为本次募集资金的运用具有可行性。本次募集资金到位后，将按轻重缓急顺序投入以下 5 个项目。项目预计总投资 50,407.61 万元，计划全部使用募集资金：

序号	募集资金项目	募集资金使用量
1	刊群建设出版项目	25,510.50
2	数字出版项目	12,001.51
3	特色精品图书出版项目	4,754.73
4	营销与发行服务体系建设项目	3,535.27
5	出版资源信息化管理平台建设项目	4,605.60
合计		**50,407.61**

上述募集资金投资项目获得核准情况如下表所示：

序号	项目名称	项目立项核准文件	核准单位
1	刊群建设出版项目	甘发改社会[2012]875 号	甘肃省发改委
2	数字出版项目	甘发改社会[2012]871 号	
3	特色精品图书出版项目	甘发改社会[2012]872 号	
4	营销与发行服务体系建设项目	甘发改社会[2012]873 号	
5	出版资源信息化管理平台建设项目	甘发改社会[2012]874 号	

注：2014 年 5 月 28 日，甘肃省发展和改革委员会出具《关于读者出版传媒股份有限公司营销与发行服务体系等 5 个项目延期的复函》（甘发改社会函[2014]3 号），同意上述项目延期实施。

募集资金投资项目获得环评情况如下表：

序号	项目名称	环评批复	审批机关
1	刊群建设出版项目	兰环建审[2012]110 号	兰州市环境保护局
2	数字出版项目	兰环建审[2012]106 号	
3	特色精品图书出版项目	兰环建审[2012]109 号	
4	营销与发行服务体系建设项目	兰环建审[2012]108 号	
5	出版资源信息化管理平台建设项目	兰环建审[2012]107 号	

（二）募集资金的管理

本公司制定了严格的募集资金管理制度，募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。本公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金专户存储进行明确规定，严格使用和管理募集资金。

（三）实际募集资金超出项目需求、不足时及置换安排

如本次发行实际募集资金超出以上预计投资金额，本公司将按照目前的资金状况和有关的管理制度，将超出预计需要的部分资金用于补充流动资金或经股东大会批准后投资其他项目。

若本次股票发行所募集资金无法满足拟投资项目的建设需求，公司将对上述募集资金投资项目的拟投资金额进行调整，或通过自筹资金弥补不足部分。

本次募集资金到位前，公司将根据市场情况以自筹资金对上述拟投资项目进行先期投入，并待募集资金到位后，予以置换。

二、募集资金投资项目的进展情况

公司本次募集资金投资项目中，刊群建设出版项目和特色精品图书出版项目已经陆续开始实施。

（一）刊群建设出版项目的进展情况

截至 2014 年 12 月 31 日，公司利用自有资金对该项目进行了前期投入。公司已投资设立子公司读者文化和旺财传媒负责《明周刊》《漫品》和《华夏理财》的运营。综合阅读类和社会漫评类期刊的办公场地及员工招募工作已经完成，并成功推出综合阅读类期刊《明周刊》和社会漫评类期刊《漫品》；拟投资的家庭理财类报刊的办公场地和员工招募工作也已经完成，并成功推出理财类报刊—

《华夏理财》。目前，上述三种报刊处于培育运营阶段，公司将根据市场情况稳步推进项目建设进度。

（二）特色精品图书出版项目的进展情况

截至 2014 年 12 月 31 日，该项目已陆续出版了 9 个序列 123 种图书。其余图书的出版工作正在积极筹备中，公司将结合募集资金到位情况和图书出版市场变化情况，适时推进该项目的建设进度。

三、募集资金投资项目分析

（一）刊群建设出版项目

1、项目概况

刊群建设出版项目以中等收入阶层和青少年为目标读者群体，强化本公司的信息筛选辨别能力。该项目计划三年内投资 25,510.50 万元人民币，陆续开发或升级改版 6 类期刊，分别为综合阅读类、社会漫评类、科普探索类、家庭理财类、高端时尚类和健康生活类。该项目将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结构。该项目的实施，进一步丰富公司现有期刊集群，扩展读者覆盖面，巩固公司在大众期刊出版领域的市场竞争地位，增强整体经济实力和市场竞争力。

2、项目投资的必要性

（1）适应广大读者阅读需求多样化的趋势

《读者》杂志创刊 30 多年来，受到高中及以上文化水平读者的广泛欢迎，重点读者是高中生、大学生等群体。随着我国经济多年来的高速发展，当年风华正茂的高中生、大学生，已经成为我国各行各业的骨干力量，他们积累的个人财富不断增加，构成了社会主要的中高收入群体。这部分群体对精神生活、社会生活有着更加多样化、具体化的需求，拥有高雅审美的阅读品味。他们已经远远不满足于“心灵鸡汤”式的文学滋养，需要期刊能够体现出思想深邃、适应社会发展、心理疏导与深层滋养等多方面的特征。

为满足广大阅读群体的新需求，本项目设计了时事评论、家庭理财、养生健康、时尚欣赏等方面的新期刊，适应读者群体需求多样化的趋势，紧紧把握市场

脉搏，扩展本公司期刊产品在我国新兴中产阶层的影响力。

（2）扩大期刊产品市场覆盖范围、提高期刊出版主业竞争力

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”的战略目标，公司通过多种手段积极建设定位清晰、布局合理、门类专业的立体化期刊方阵。近年来，公司以《读者》为核心，针对市场需求陆续开发了多种畅销期刊：针对在校学生读者推出的《读者·校园版》，针对人文期刊同质化趋势推出的《读者·原创版》，针对幼儿和在校小学生推出的《故事作文》等。上述期刊丰富了公司的产品线，获得了良好的经济效益。

本项目将在公司原有期刊集群的基础上，进一步扩大期刊产品市场覆盖范围，以传播“真善美”的中国文化为宗旨，用先进文化影响读者，形成以《读者》杂志为核心、辐射不同年龄阶层、不同阅读层次需求的文化产品。项目建成后，公司期刊群将覆盖艺术、科技、时尚、时评、健康、动漫等多个门类，最终使公司在我国期刊出版市场占据优势地位。

（3）适应期刊市场品牌竞争的需要

随着期刊出版市场竞争日益激烈，品牌竞争成为各出版单位吸引读者、巩固和扩大市场份额的关键。许多出版单位开始以一个规模化的品牌群作为其生存和发展的立足之本，进行品牌整合、延伸和持续培育。目前，公司已经积累起强大的品牌优势，借助“读者”现有品牌，继续开发一些社会效益和经济效益良好的期刊，加强公司在期刊出版领域品牌集群的建设。通过加大品牌内容的开发力度，本公司将进一步延伸服务终端，不断完善期刊群建设，不断提升公司的品牌竞争力，实现可持续快速发展。

3、项目建设内容

刊群建设出版项目计划总投资 25,510.50 万元人民币，将用于综合阅读、社会漫评、科普探索、家庭理财、高端时尚、健康生活等 6 类期刊的建设。刊群建设出版项目的具体投资情况如下表：

单位：万元

投资内容	投资总额	建设方式
综合阅读类	3,377.56	新开发

社会漫评类	3,444.95	新开发
科普探索类	4,069.77	升级改版
家庭理财类	4,490.61	新开发
高端时尚类	6,963.37	升级改版
健康生活类	3,164.23	升级改版
合计	**25,510.50**	

（1）综合阅读类期刊

该刊将集聚一批有一定学术影响力的学者和知名媒体评论员，以专业的角度、内敛深刻的思想、中立客观的立场，探讨社会、文化、生活、精神思潮等领域的公共话题。该期刊针对 25~40 岁左右的知识分子读者群，强化并发展《读者》睿智的办刊风格，在坚守人文情感主题的同时，融合时尚、理性与专业化的分析，打造“以人文关怀评时事，以感性情怀看天下”的刊物特色，提升公司产品在知识分子群体中的知名度和影响力。

该刊计划每月出版，将以期刊发行和广告收入为主要盈利方式。

（2）社会漫评类期刊

该期刊秉承“新锐主流的漫画评论刊物”的建刊目标，针对喜爱漫画的 80 后读者群，开发反映社会热点话题的漫画期刊。近年来，我国漫画产业呈现出蓬勃发展态势，漫画作家画风日渐成熟、创作量日益增多，在文化阅读领域的影响力进一步提升。但现有漫画内容大多局限于情感话题或虚幻题材，对于喜欢漫画表达方式的 80 后群体而言可选类型不多。因此，该期刊根据 80 后的漫画阅读习惯和内容需求，在保持漫画传奇、爱情、冒险、惊悚等内容的同时，折射现代人的生活方式和心理状态，开发反映最新时事、关注百姓民生和文娱前沿等方面的现实题材漫画，赋予漫画期刊更多深邃的思想内涵。

该期刊延续了《读者》有思想、有追求、有风骨的办刊追求，“以漫画表达形式评时事”的刊物特色弥补了现有漫画类期刊偏于娱乐化、浅阅读，缺少现实评论的缺憾，丰富了时事评论信息传达方式，与公司其他时事新闻刊物互为补充。

（3）科普探索类期刊主要内容

该期刊建设目标是“最具实践性的科学实验指引”，预定读者群是 10~18 岁左右的青少年。刊物内容涉及地理、天文、数学、化学、物理等领域的知识，

以日常生活中发生的各种“小事件”为研究对象，指导青少年亲自动手参与制作各种科学小实验，阐释说明各种自然现象乃至“超自然”现象背后所蕴含的科学知识。同时，该刊物结合初、高中学生基本科学知识予以适当拓展，反映科技领域最新研究成果及未来发展趋势。

该期刊融知识、趣味为一体，图文并茂，鼓励青少年勇于探索、科学实践。期刊“鼓励青少年亲自动手参与科学实践、领悟科学精神”的办刊特色将填补青少年科普期刊在该领域的空白，培养他们的创新精神和动手能力。

该期刊为月刊，为满足期刊运营需要，将配置编辑、发行、广告等业务在内的工作人员以及相应办公场地。该刊主要盈利方式为发行收入，并辅以广告收入。

（4）家庭理财类期刊主要内容

家庭理财类期刊旨在打造“面向百万家庭的理财指导期刊”，预定读者是人均年收入在 6 万元以上的中等收入家庭。

目前我国中等收入阶层已经成为一个庞大的社会群体，他们有一定的理财观念和理财知识，但没有过多时间用于搜集、筛选大量的财经信息。本刊物瞄准这一群体对财经讯息精准的特定需求，倡导通过合理科学的理财途径增值家庭财富的观念，供有价值的理财刊物。

该期刊包括证券投资、基金投资、珠宝投资、收藏投资和理财产品等多个板块，结合政治、经济大环境，提出有建设性的、贴合家庭收入实际情况的财经资讯分析、投资指导、风险评估，引领科学投资。该期刊目标市场明确，项目的实施将使公司由单纯人文情感的信息筛选能力向多元化信息筛选能力转型、由单一产品型期刊社向综合性期刊社转型、由规模型期刊经营单位向实力型期刊经营单位转型。该期刊计划以期刊广告收入为主要盈利方式。

（5）高端时尚类期刊主要内容

该期刊围绕中高端消费阅读群体，打造“中国精英阶层的时尚期刊”，定位于“突出中国传统文化特色、彰显中国精英阶层时尚”的高端时尚刊物。该期刊将适应中国新精英阶层的时尚品味和需求，区别于现有时尚类期刊欧美化或韩日化、非本土化的趋势。

该期刊为月刊，为满足期刊运营需要，将配置包括编辑、发行、广告等业务的工作人员及相应办公场地。期刊发行收入和广告收入是其主要的盈利方式。

（6）健康生活类期刊主要内容

该期刊旨在打造“城市居民健康生活指导期刊”，预定读者群是对生活品质有较高需求的城市中等收入居民。

现代城市居民文化素质高、生活节奏快、竞争压力大，较以往更加关注自身的心理、身体状态，也更加重视娱乐生活。该刊物瞄准上述需求，在版面设计方面，适应现在城市刊物精细化、实用化的期刊设计趋势，以色彩艳丽的图片、言简意赅的文字、简单易行的养生健身方法为主，为繁忙的都市人提供吃喝住行等方面的生活指南。

该期刊不同于市场上养生刊物以老年人为主要阅读群体，而是将关注点放在繁忙的上班族身体、心理调养方面，以差异化的策略适应养生期刊市场的激烈竞争。该期刊为月刊，为满足该期刊运营需要，将配置编辑、发行、广告等业务的工作人员及相应办公场地。

4、项目投资进度计划

期刊群建设项目将在三年内投资 25,510.50 万元，用于 6 类期刊的内容生产、人员、办公设备及办公用房支出，以及期刊宣传推广费用。为保证各类期刊的市场销售情况，该项目将配备一定数量的市场营销推广人员，并辅以广告宣传费用。

根据项目进度计划，第 1 年投入资金 7,603.16 万元，第 2 年投入资金 8,045.69 万元，第 3 年投资资金 9,861.65 万元。具体投资进度计划见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
内容生产	**4,825.27**	**5,387.15**	**7,039.45**	**17,251.87**
内容制作	356.72	356.72	356.72	1,070.16
印装费用	4,468.55	5,030.43	6,682.73	1,6181.71
人员配备	**1,627.16**	**1,758.23**	**1,921.89**	**5,307.28**
办公设备及房租	**500.73**	**275.31**	**275.31**	**1,051.35**
办公设备购置及维护	248.73	23.31	23.31	295.35
办公用房租赁	252.00	252.00	252.00	756.00
宣传推广费	650.00	625.00	625.00	1,900.00

合计	7,603.16	8,045.69	9,861.65	25,510.50

内容生产费用包括期刊内容制作和印装费用，其中内容制作费用主要包括作者稿酬费、图片使用费和编辑业务经费三部分。

5、项目的市场前景分析

（1）期刊行业市场前景

近年来，随着我国国民文化素质不断提高，期刊市场规模稳步增长。中国新闻出版研究院《2013 年新闻出版产业分析报告》显示，2013 年我国期刊出版实现营业收入 220.0 亿元，增长 0.5%；利润总额 28.6 亿元，增长 13.1%，期刊出版产品盈利能力增长迅速。《2013 年全国新闻出版业基本情况》的数据显示，2013 年全国共出版期刊 9,877 种，期刊定价总金额 253.35 亿元，均比上年平稳增长。同时，国民受教育水平的提高促使人均阅读期刊量处于不断上升势头。截至 2013 年，我国人均年拥有期刊不到 3 册，相比世界年人均拥有期刊 5.2 册，仍有巨大增长潜力。

指标名称	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年
期刊总印数（亿册）	31.05	31.53	32.15	32.85	33.50	32.72
期刊总印张（亿印张）	157.98	166.24	181.06	192.73	196.01	194.70
期刊定价总金额（亿元）	187.42	202.35	217.69	238.43	252.70	253.35

在期刊发行量稳步增长的同时，期刊广告市场份额也进一步提升。广告收入作为期刊发行的重要组成部分，近年来也得到快速发展。据 CTR 市场研究公司《中国广告花费》数据显示，2010 年我国杂志广告花费为 156.2 亿元，同比增长 19%；2011 年、2012 年杂志广告花费同比涨幅分别回落到 14.4%和 6.8%，但仍高于传统媒体广告市场平均 12.9%和 4.5%的水平。

广告业务需求增长为期刊盈利能力提供了强有力的支撑，广告投放量近年来呈现出高速增长的态势，市场潜力巨大，为公司刊群建设出版项目持续盈利提供了必要保障。

（2）期刊行业市场容量

公司刊群建设出版项目主要针对中等收入阶层和青少年阅读群体。中等收入阶层普遍接受良好教育且拥有较强的消费能力，对生活品质有较高的追求，对时

事、时尚、健康、财经资讯等期刊有广泛需求，这部分群体有着较强的品牌忠实度和依赖度，公司的品牌影响力能够引导其对新开发的期刊给予广泛关注。与此同时，青少年由于拥有良好的阅读习惯和强烈的阅读需求，是公司期刊产品主要的消费群体。根据国家统计局数据，2013 年我国 0~14 岁少年儿童达到 22,316 万人，庞大的青少年人口基数为青少年期刊市场的发展提供广阔的市场需求。

6、项目投资效益

本项目计算期为六年（含三年建设期），项目总投资额 25,510.50 万元，年均投资净利率 25.82%，内部收益率 17.30%，投资回收期 4.41 年。建成后正常经营年份的主要经济效益指标如下：

主要经济指标名称	数值
年均投资净利率	25.82%
内部收益率	17.30%
投资回收期	4.41 年

（二）数字出版项目

1、项目概况

本公司“数字出版项目”将建设“读者”数字资源多终端服务平台、中小学语文阅读与作文教育平台、专题资讯手机报和数据加工外包服务四个子项目。该项目旨在以“读者”品牌和公司的期刊内容资源为依托，在建设《读者》数字化期刊的基础上，开发多元化的数字产品，丰富公司数字产品线，促进公司从传统纸质出版向数字出版升级转型。该项目将以内容资源集聚为基础，以技术研发和运营为保障，以全产业链整合、多平台复合经营为主线，以出版主业为依托，打造内容、产品、终端三位一体的特色数字产品集群。

2、项目建设的必要性

（1）顺应数字出版转型趋势，优化公司产品结构

近年来，我国数字出版产业发展日新月异，数字出版形态与商业模式不断创新，使得从用户、阅读终端到互联网运营、电信运营再到数字内容和作者资源等整个产业链的转型升级步伐不断加快，产品种类日益增多。

数字出版是传统内容媒介与新型渠道及终端相结合的新经济模式，强调服务

增值而不仅仅是内容输送。公司将在把期刊和图书出版等平面内容做深做透的同时，把累积的优势内容资源进行数字转化，并围绕核心品牌逐步向移动出版、在线学习等领域延伸、扩张，优化传统出版和数字出版的产品结构。

（2）开拓移动阅读市场，实现全媒体运营

移动媒体近年发展迅速，已经成为最受瞩目的新兴媒体。公司积极介入数字出版领域，开发适于主流智能手机和平板电脑用户使用的阅读客户端，及时转化品牌和内容优势，为用户提供便捷、多样、高效的移动阅读服务，实现在线阅读杂志、手机杂志、纸质杂志三位一体的联动。

（3）满足教育市场数字化的新需求

近年来，我国的教育信息化得到了快速发展，各级各类学校现代教育装备水平明显提高。目前，远程教育正逐渐向电子学习、移动学习方向发展，越来越多的学校、个人使用线上学习。本公司积极推动教材和教育读物的数字化、网络化建设，构建“教育资源、资源平台、学习终端”为一体的现代信息技术教育平台。本公司出版的期刊如《读者》和《故事作文》等内容资源具有可重复利用性和通用性，可按照教材、考纲、用户需求等内容关联性重新整合，做成各种数据库产品以满足教育机构、学校、教师、学生的个性化需求，为中小学教师组织作文教学、中小学学生提高阅读写作水平提供帮助。该项目的实施，将为公司在现有中小学教育市场上开辟出一块新的领域。

（4）实现公司发展战略目标的需要

基于对行业发展趋势和自身优势的把握，围绕公司总体发展目标，公司积极发展数字出版产业。公司对数字出版从内容资源、技术研发和产品制作等多方面进行了有益的探索。但由于数字出版业务在内容资源与技术平台方面所需投资较大，公司目前的资金状况使得大范围开拓数字出版业务、拓展新兴市场的活动受到制约。因此，通过募集资金加快数字出版项目建设，是公司发展的必然选择。

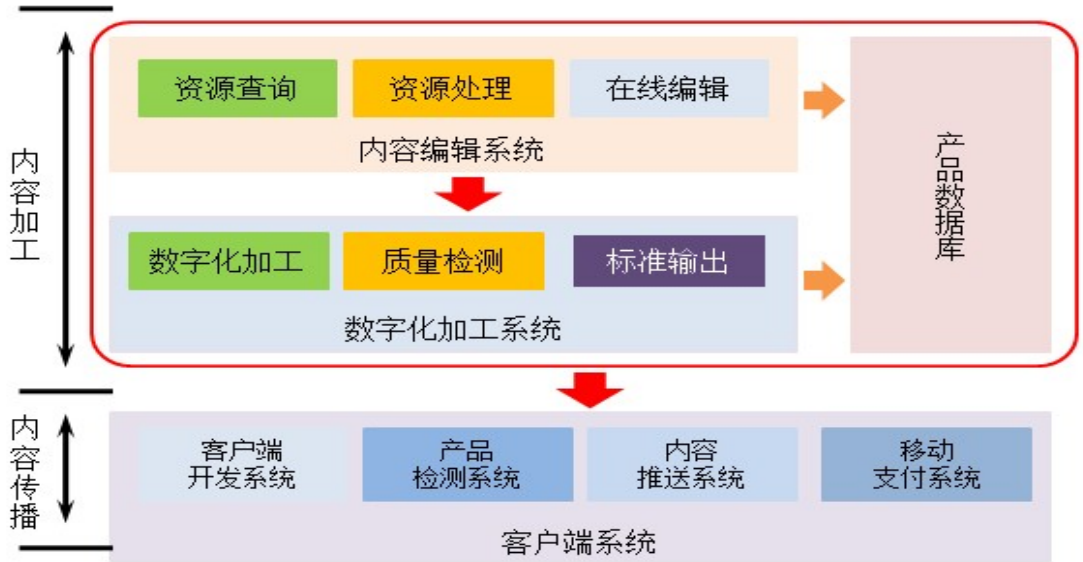
3、项目建设内容

本项目将投资建设“读者”数字资源多终端服务平台、中小学语文阅读与作文教育平台、专题资讯手机报和数据加工外包服务四个子项目，建设内容涵盖期刊产品、基础教育、资讯信息和数据加工服务等方面。

（1）“读者”数字资源多终端服务平台子项目

“‘读者’数字资源多终端服务平台”子项目是以公司优质内容资源—《读者》杂志为核心，针对智能手机、平板电脑和手持阅读器等多终端的数字资源服务系统。平台将按照“统一资源、一次加工、多渠道、跨平台发布”的总体设计方案，将内容采编、内容加工、内容管理和动态发布相结合，为数字出版提供技术支撑和保障。

平台将以两部分组成，即：数字资源加工系统和多终端阅读客户端的开发。数字资源加工系统是从公司 ERP 系统中调用公司期刊方阵数据库的内容资源，按照多终端服务平台产品需求对文本文档、排版文件等进行数字化加工，分门别类进行存储。与此同时，项目将开发适合移动阅读、以智能手机、平板电脑、手持阅读器为主要对象的客户端软件，实现数字阅读产品的移动推荐、订制、销售和下载，为用户提供便捷、多样、高效的移动阅读服务。该平台将建设包含内容编辑、数字加工、产品数据库和客户端在内的四大功能模块。（见下图）



内容编辑系统将实现资源查询、资源处理、在线编辑和内容存储等功能，完成对公司现有内容资源的筛选和编辑工作，实现自有资源数据库的深度挖掘和加工；数字化加工系统将实现数字化加工、质量检测和标准输出等功能，是数据加工生产的环境和工具，主要负责内容资源的格式转换、标引和标准输出等环节；产品数据库主要实现内容资源的数据存储功能，将整合的内容资源按照产品进行分类，采取统一的技术标准进行数据存储；客户端系统利用现今流行的智能手机、

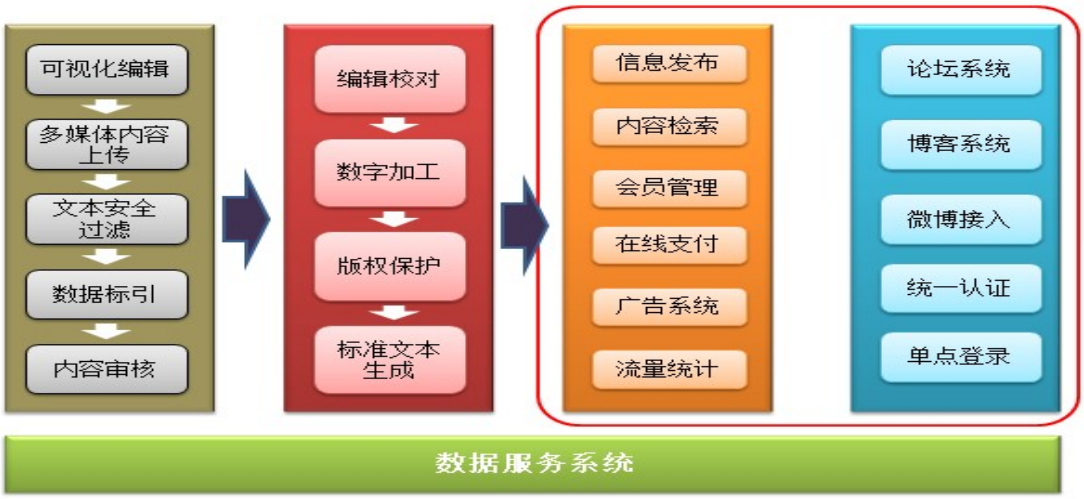
平板电脑和手持阅读器等客户端形式，动态发布内容，将加工后的数字资源推广至消费者，能够实现系统开发、产品功能检测、内容推送、移动支付等功能。

（2）中小学语文阅读与作文教育平台子项目

“中小学语文阅读与作文教育平台”子项目，旨在打造以语文教育及作文辅导为核心、以中小学生、教师和家长为服务对象、以互联网为传播介质，覆盖中小学 12 个年级的教育平台。该平台将优秀例文讲解、课外作品阅读、课外作文辅导与作文分享相结合，汇集全国中小学语文阅读与作文写作的优秀内容资源。

该项目包括内容资源集聚和加工、技术平台建设两个方面。在内容资源集聚和加工方面，将以公司《读者》系列杂志和《故事作文》、《读者·高考作文增刊》等内容为基础，全面整合公司现有出版资源，并采购全国知名中小学校语文阅读与作文写作方面优秀的课件、音视频和示范作文等，获得相应网络传播权。在获取优质内容资源的基础上，对其进行数字加工和主题分类存储，建设“中小学语文阅读与作文数据库”。根据计划，项目将汇集并数字化加工优秀作文 8 万篇，故事美文 4 万篇，名师作文视频 2,000 集，名师 PPT 课件 1,000 种，名家图书作品 1 万种，并实现动态更新管理。

在技术平台建设方面，公司将建立独具特色的复合型教育出版和服务体系，实现数字出版与纸质出版的多层次互动，线上网络教育服务与线下实体教育服务的综合运营，以及出版业务与教育服务的深度融合。该子项目将建设以数字资源集聚与多层次互动为主要功能的技术平台，采取教育网站的表现形式，对优质语文阅读与作文资源进行内容聚集、动态发布、互动分享。该技术平台由安全服务、基础服务、管理服务、业务服务和表现服务共五层逻辑结构组成，拥有内容采集、加工、发布、互动分享和基础数据服务五大功能模块。该平台功能结构图如下：



（3）专题资讯手机报子项目

本项目将以“手机报”的形式，向客户提供法律法规、医药资讯、保健养生、幼儿启蒙和居家生活等五方面专题资讯。项目将组建专门的内容资源采编团队，通过专题热点追踪、行业最新资讯整合并结合专家约稿解读等方式，编辑既有行业深度，又有较强针对性的专题资源，内容分别针对特定人群。

专题名称	主要内容	目标用户
法律法规	最新法律法规、司法解释、部门规章和规范性文件，实例辨析，专家法理点评等	法律工作者
医药资讯	医药管理政策法规及治疗准则、药物研发及审批动态、药学文摘、药物安全性监察、药物生产和销售等	医疗工作者
保健养生	生活习惯和生活常识、疾病预防、食疗食谱、四季保健、运动锻炼、特殊人群保健等	中老年居民家庭
幼儿启蒙	幼儿心理、儿歌童谣、童话寓言、百科常识、智力培育等	幼儿家长
居家生活	家居装饰、生活妙招、红酒美食、植物花卉、宠物乐园等	城镇居民家庭

本项目将建设内容包括专题内容资源的采集与制作、网站建设两个方面，在专题内容资源整合的基础上，将加工制作多个“主题手机报”产品，根据客户预先订制的专题，通过手机运营商平台主动推送。与此同时，利用自建的网站提供往期回顾、主题检索和专题汇集等增值服务。

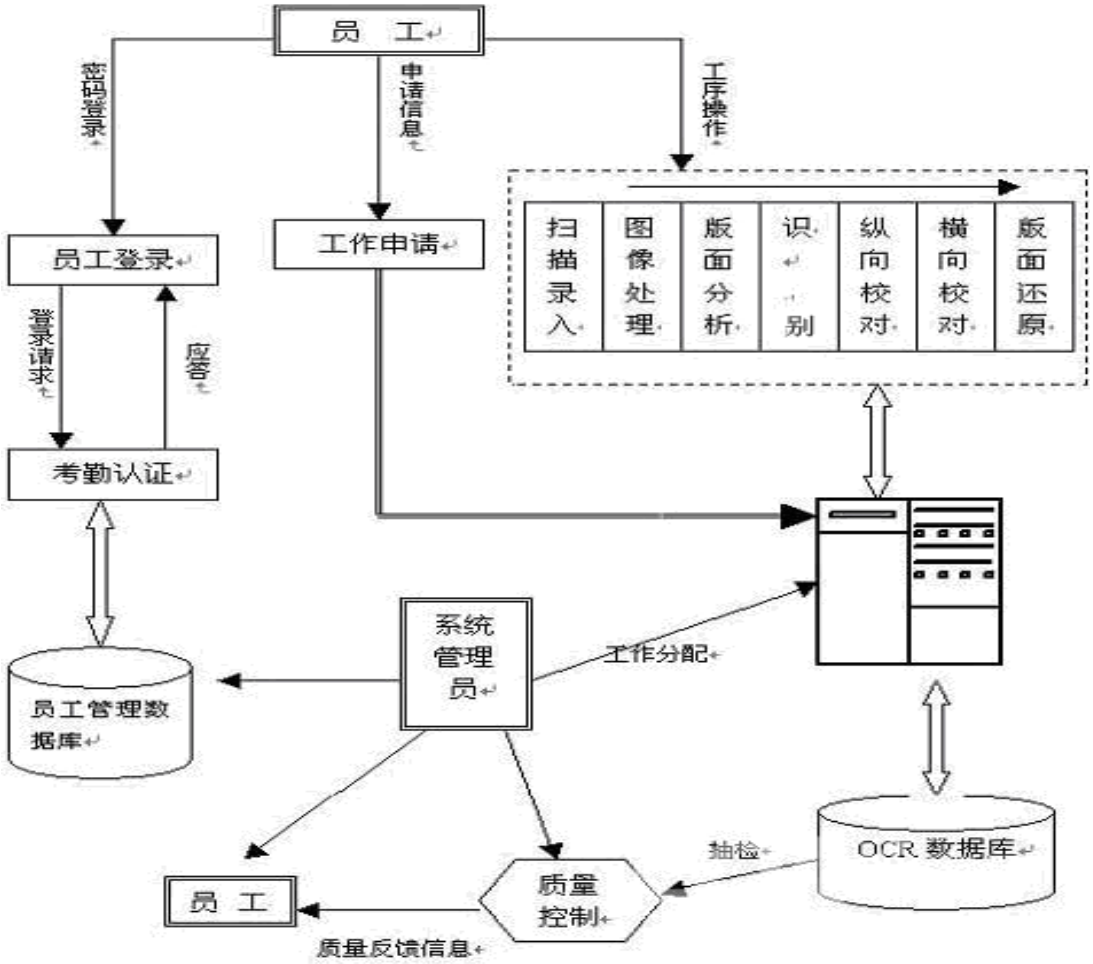
在获取并加工专题资讯的同时，该项目将建设以多层次互动为主要功能的网站。网站分为发布系统和数据服务系统，为客户内容发布和数据服务。网站发布系统包括内容发布、内容检索和短信认证三个功能模块，实现专题资讯动态发布、用户短信认证及资讯查询下载等功能，提供深层次、多元化信息服务；网站数据

服务系统按照用户需求及数据服务规范，将网站内容信息进行数据存储。

（4）数据加工外包服务子项目

“数据加工外包服务”子项目旨在建设一个高标准、优服务，集海量数据加工处理与终端媒介技术对接能力于一体的现代化数据加工中心，努力打造“西北地区最大的数据加工基地”。项目建成后，公司将面向报刊社和图书馆等客户提供“一站式数据加工服务”，进行纸质书刊和文献资料的数字化加工。数据加工服务内容包括：海量数据处理业务，包括各种文字、图形、表格的数字化加工；数据库存储、光盘检索、全文检索，提供统计分析、档案管理等，并根据客户要求以光盘、Internet 或其他载体形式提供数据资料；提供 XML、HTML、PDF、TXT、DOC 等文档格式及图文之间的转换等。

该项目将建设专业的数据加工服务平台。平台具备文字自动录入、流水线管理、质量控制和员工管理，以及系统管理等四大功能，由客户端程序和服务器端管理程序两部分组成。客户端程序按照扫描、图像预处理、版面分析、识别、纵向校对、横向校对和还原保存七道工序进行操作；服务器端管理程序自动给各岗位分配任务、进行任务协调，并加入科学的质量控制、岗位管理功能，使各客户端的任务既相互独立又形成完整、高效的生产流程。（如下图）



4、项目经营方案

项目由本公司数字出版中心负责具体实施。根据国内外数字出版市场经营情况，结合本项目的设计特点，将通过数字出版产品、网络教育服务、移动通讯增值服务和数据加工服务等方式获取收益。同时，针对不同类型用户的需求和支付能力，项目将采用按月收费、按年收费以及按项目制收费等多种销售方案。

项目名称	主要产品	目标用户
“读者”数字资源多终端服务平台	以《读者》杂志为核心、多种期刊组成的数字期刊产品集群	使用安卓系统、IOS 系统的手机和平台电脑用户
中小学语文阅读与作文教育平台	以语文阅读与作文数据库为核心，提供全国优秀作文、名师作文课程视频和讲解课件	中小学校教师及学生用户
专题资讯手机报	五类专题资讯信息“手机报”以及网站增值服务	法律或医学专业工作者和学生、学前教育儿童家庭以及城镇居民家庭用户
数据加工外包服务	报纸和图书馆文献资料数字化加工存储服务	报刊、图书出版单位及各类图书馆

（1）“读者”数字资源多终端服务平台

该平台将建设符合本公司实际的数字资源加工系统，并开发相应的多终端阅读客户端。将为用户提供适用于安卓系统及 IOS 系统的数字期刊产品，通过网上商城及自主开发的网站销售，手机用户和平板电脑用户可按月、按年订阅购买，并在线支付。平台建成初期，将围绕“读者”期刊群，提供六种期刊的数字化产品；后期将视市场情况及刊群建设出版项目发行情况逐渐增加产品数量，最终实现公司的期刊集群全部数字化出版，形成数字出版与传统出版协同发展的局面。

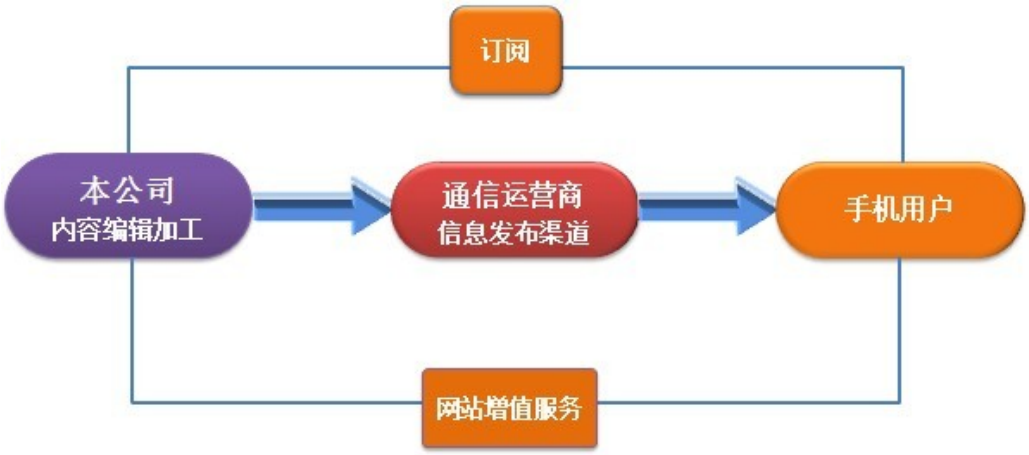
（2）中小学语文阅读与作文教育平台

该平台主要服务于全国中小学教师、学生及家长，将由两部分组成：中小学语文阅读与作文数据库，将聚集全国优秀的语文教学课件及作文素材；教育网站平台，对优质语文阅读和作文资源进行内容检索、动态发布、互动分享。配合公司出版的期刊及图书产品，平台将建立专注于语文阅读与作文的复合型教育出版和服务体系。

为实现预期的销售目标，本次募集资金投资项目中的“营销与发行服务体系”项目将配合该平台的推广，在各营销网点建立销售推广及售后服务部，尽快获得教学市场的广泛认可。

（3）专题资讯手机报

项目将采取定制用户包月付费的方式，通过通信运营商的网络平台向用户推送手机报产品。针对项目五大专题资讯，配备各行业专业人员从事内容采编、加工工作。同时，本项目将建设专门网站，为用户提供往期回顾、查询下载、全文搜索等增值服务。公司将编辑、加工后的手机报发送到通信运营商的推送平台上，借助通信运营商的信息发布渠道，推送给订阅用户。订阅用户除阅览手机报之外，还可通过网站浏览相应信息，并查询、下载资料：



（4）数据加工服务外包项目

数据加工服务外包项目将主要承接报刊社、图书馆等机构的数据加工外包业务，按照业内通行做法，按照项目制收费。由于数字文件相比纸质文件具有存储、转移和查询方便等特点，报刊社、图书馆等机构基于文献资料长期保存的目的，对数据加工业务有着持续需求。

5、项目投资计划

数字出版项目计划在 3 年内共投资 12,001.51 万元，具体投资构成见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
“读者”数字资源多终端服务平台	866.20	794.80	399.50	2,060.50
中小学语文阅读与作文教育平台	1,588.60	1,935.50	1,624.50	5,148.60
专题资讯手机报	327.00	492.70	529.00	1,348.70
数据加工外包服务	1,638.59	899.60	905.52	3,443.71
合计	**4,420.39**	**4,122.60**	**3,458.52**	**12,001.51**

根据计划，资金投入将主要集中在内容资源采购和加工、系统开发与软件购置，硬件设备购置及日常运营费用等几个方面。“读者”数字资源多终端服务平台子项目用于内容资源采购和加工投入 330.0 万元，系统开发与软件购置投入 1,204.1 万元，硬件设备购置投入 166.4 万元，配置日常运营所需资金 360.0 万元；中小学语文阅读与作文教育平台子项目用于内容资源采购和加工投入 3,690.0 万元，系统开发与软件购置投入 663.6 万元，硬件设备购置 255.0 万元，配置日常运营所需资金 540.0 万元；专题资讯手机报子项目用于内容资源采购和加工 684.0 万元，系统开发与软件购置 158.5 万元，硬件设备购置 46.2 万元，配置日常运营

所需资金 460.0 万元；数据加工服务外包子项目根据实际情况，拟投入场地装修费用 120.0 万元，软件购置 210.0 万元，硬件设备购置 696.0 万元，配置日常运营所需资金 2,417.7 万元。

6、项目的市场容量及市场前景分析

近年来，随着国民经济快速增长，现代信息技术与通信技术的日益普及，我国数字出版产业规模不断扩大。中国新闻出版研究院《2013～2014 中国数字出版产业年度报告》指出，2013 年我国数字出版全年收入规模达到 2,540.35 亿元，比 2012 年增长了 31.25%，保持了快速增长的势头。数字出版营业收入占各类出版物营业收入的比重，也从 2012 年的 42.9%增加到 2013 年的 58.47%。

2008 年～2013 年我国数字出版营业收入情况如下：

单位：亿元

年度	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	平均增速
营业收入	556.56	799.40	1,051.79	1,377.88	1,935.49	2,540.35	35.59%

数据来源：中国新闻出版研究院历年《中国数字出版产业年度报告》。

2013 年我国各类出版物出版业务经济规模如下表：

单位：亿元

类别	营业收入	
	数值（亿元）	比重（%）
图书	770.8	17.74
期刊	222.0	5.11
报纸	776.7	17.88
音像制品	24.7	0.57
电子出版物	10.2	0.23
数字出版	2,540.4	58.47
合计	**4,344.8**	**100.00**

数据来源：中国新闻出版研究院《2013 年新闻出版产业分析报告》。

我国数字出版产业持续快速发展，拥有巨大的市场容量和发展潜力。本公司项目紧跟市场发展趋势，抢占市场先机，是顺应出版产业发展趋势、进行重大战略部署的必然选择，对公司长期发展具有重要意义。

（1）“读者”数字资源多终端服务平台市场前景

“读者”数字资源多终端服务平台子项目预期用户为手机阅读个人用户。根据中国互联网络信息中心第 33 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2013 年年底，中国网民规模达 6.18 亿，互联网普及率为 45.8%；其中手机网民规模达到近 5 亿，网民中使用手机上网的用户占比由 2011 年底的 69.3%提升至 80.91%。

手机网民规模的日益扩大，为数字阅读的发展提供了广阔的市场空间。据中国新闻出版研究院发布的“第十一次全国国民阅读调查”显示，2013 年我国 18 至 70 周岁国民数字化阅读方式的接触率为 50.1%，比 2012 年的 40.3%上升了 9.8 个百分点，人均阅读电纸书 2.48 本。

手机网络市场的快速发展和数字阅读接触率的逐步提高为内容资源数字化出版提供了广阔的市场空间。本公司积极应对数字阅读快速发展带来的市场机遇，及时推出针对安卓、IOS 系统手机和平板电脑的数字期刊产品，实现传统出版与数字出版多层次互动、线上线下产品共同发展。

（2）中小学语文阅读与作文教育平台市场前景

为契合国家教育改革和发展导向，紧跟教育信息化步伐，本项目拟将中小学语文阅读与作文教育平台建设成为全国具有一定影响力的语文教育数字化平台。《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010~2020 年）》明确指出：加快教育信息基础设施建设，把教育信息化纳入国家信息化发展整体战略，超前部署教育信息网络；到 2020 年，基本建成覆盖城乡各级各类学校的教育信息化体系，促进教育内容、教学手段和方法现代化。

截至 2013 年，我国共有普通高中 13,352 所、普通初中 52,764 所、普通小学 213,529 所。随着移动互联网的迅速发展，数字教育也将向移动化、碎片化发展，移动互联网的知识学习、教育学习类 APP、微课堂等数字产品形式，MOOC、020 等数字教育模式，有望成为数字出版行业新的利润增长点。教育信息化的发展趋势和我国数量众多的教育机构为本项目的实施提供了广阔的市场前景。

（3）专题资讯手机报项目的市场前景

我国通讯行业的发展带动了手机报市场的快速发展。根据工信部的数据显示，截至 2013 年底，我国移动电话用户数量已经达到 12.29 亿户，3G 上网用户

在移动互联网用户中占比达到 36.1%。互联网网民人数达 6.2 亿，其中手机上网人数达 5.0 亿人。数量众多的手机用户为数字阅读市场提供了巨大的市场潜力。根据易观智库发布的《中国移动阅读产业研究报告 2013》显示，2012 年中国移动阅读市场规模较 2011 年的 45.7 亿增长 18.6%，达到 54.2 亿元，预计 2015 年移动阅读市场规模有望超过 100 亿元。随着用户对移动阅读认知度的提高，用户获取新闻资讯的方式不仅仅局限在传统运营商手机报业务上，以“手机报”模式为主的新闻客户端获得较大的发展空间。用户对手机报形式的资讯获取方式需求仍较为旺盛。

持续增长的市场规模为本项目的实施奠定了坚实的基础。本项目推出五类手机报产品，分别针对律师、医生，中等以上收入城镇居民家庭用户。2012 年我国法律工作者达 23.24 万人；执业医师 213.88 万人，药师 37.74 万人，学前教育在校人数 3,685.76 万人（国家统计局《中国统计年鉴》）。本公司“专题资讯手机报”项目作为资讯推送方式上的一种创新，在各细分领域为不同需求的人群提供及时、全面、专业的资讯信息，满足客户多样化专业需求。

（4）数据加工服务外包项目的市场前景

本项目为图书馆等机构用户提供数据外包加工服务。据《2013 年全国新闻出版业基本情况》显示，2013 年我国共出版报纸 1,915 种，总印数 482.4 亿份。与此同时，截至 2012 年我国共有普通高等学校 2,442 所，公共图书馆 3,076 家，数量庞大的报纸出版机构和图书馆对数据加工服务的需求，为本项目提供了广阔的市场空间。

2011 年 6 月，文化部、财政部联合发布的《关于实施“数字图书馆推广工程”的通知》，指出数字图书馆推广工程的核心是建设互联互通的数字图书馆系统平台和分布式资源库群，借助全媒体提供数字文化服务，通过在“十二五”期间全面实施，力争通过五年的建设，使社会公众能够获得的数字资源总量扩大十倍，达到 10000TB。

本项目针对我国数字图书馆建设深入开展的趋势，凭借公司品牌和地域优势，将陆续开发出版单位和图书馆等机构客户，力争建成西北地区领先的数据加工服务外包基地。

7、项目主要经济效益指标

项目经济计算期按六年计算（含三年建设期），建成后正常经营年份的主要经济效益指标如下：

主要经济指标名称	数值
年均投资利润率	25.07%
内部收益率	19.05%
投资回收期	4.53 年

（三）特色精品图书出版项目

1、项目概况

本公司出版业务目前形成了两大特色，即以《读者》杂志为核心的人文情感类期刊和以甘肃地域文化为代表的西北史地类图书，上述两大出版特色的深度挖掘与持续发展是公司面对市场的核心竞争力。

在三年时间内，特色精品图书出版项目将建设“读者传媒特色精品图书出版基地”，丰富本公司一般图书出版产品。该项目的实施将进一步扩张公司在一般图书出版领域的产品集群，形成具有西部风采、敦煌底蕴特色的文化产品体系，提高公司在图书出版市场的竞争力。

本项目计划共投资 4,754.73 万元，出版人文经典类图书 6 个系列共 125 种、西部文史类图书 4 个系列共 224 种、青少年启迪类图书 2 个系列共 239 种，同时并配以一定资金用于该项目相关的管理费用、营销物流费用等。

2、项目投资的必要性

近年来，随着我国国民文化素质不断提高，科学教育事业蓬勃发展，出版产业规模稳步增长。《2013 年新闻出版产业分析报告》数据显示，2013 年我国图书出版实现营业收入 770.8 亿元、利润总额 118.6 亿元，分别比上年增长 6.5%和 2.9%。在教材教辅出版受制于我国在校学生数量趋于下降而增长空间有限的情况下，一般图书尤其是特色图书出版仍是传统出版增长的重要来源。

（1）增强图书出版实力，提高公司抵御外部风险的能力

本公司的图书出版业务已初步形成了以人文情感和地方史志、敦煌学、西北历史文献、古籍整理、历史文化等题材为主的特色优势，有多部图书获得国家级

出版奖。但目前的图书出版业务与公司“专、精、特、新”的出版物建设标准仍有差距，与期刊的影响力相比明显不足。该项目的实施致力于增强公司图书出版实力，实现图书出版与期刊出版并驾齐驱、相辅相成，增强公司的综合出版能力和抵御外部竞争风险的能力。

（2）充分挖掘品牌价值，强化公司核心竞争力

该项目建成后将充分挖掘公司的品牌价值，注重出版“情感抒发、启人心智”方面的图书，并借助图书的纸质载体，弥补期刊篇幅所限的不足，巩固并强化公司在情感类图书作品市场的优势地位。同时，公司还将出版一系列具有西部地域特色典藏文献，继续巩固、挖掘公司在学术研究方面的市场潜力，并开发一系列面向青少年和大众读者的西部史地通俗类、科普类读物，丰富公司产品结构，扩展读者群体。

（3）充分利用公司地域优势，巩固特色图书出版实力

公司地处我国古丝绸之路重镇的兰州，坐拥敦煌莫高窟、天水麦积山、张掖大佛寺、永靖炳灵寺、夏河拉卜楞寺等重要古文化遗迹。同时，该地区也是我国古丝绸之路文化研究的重地，敦煌研究院、兰州大学等是我国研究古丝绸之路、敦煌学的知名院所，汇集了国内乃至世界知名敦煌学研究学者。公司充分利用所处的地域优势和文化优势，出版涉及哲学、人类学、史学、地理学等学科研究的西部文化和科普性书籍，有利于巩固公司特色图书出版的竞争优势。

（4）扩张读者阅读群体，扩大品牌影响力

通过“青少年启迪”系列图书以及经典儿童读物和当代优秀儿童图书作品的出版，集中公司的内容资源和渠道优势，将图书阅读群体向少儿、幼儿延伸，丰富主营图书出版产品线，扩大新的市场份额，建立并巩固“读者童文馆”、“读者国文馆”品牌形象，提升公司品牌的市场影响力。

3、项目建设内容

本项目以精品特色图书出版为核心，充分挖掘公司已有的品牌、内容、地域和作家资源优势，积极开拓新的图书市场空间，培育多领域、多层次的读者群体，提升公司大众图书的整体出版实力。在三年时间内，公司陆续出版人文精品类图书 6 个系列 125 种、西部文史类图书 4 个系列 224 种、青少年启迪类图书 2 个系

列 239 种，具体建设内容如下：

图书类别	出版种类（种）	印刷册数（万册）
人文精品类图书	**125**	**369**
读者文丛系列	30	210
国外美文系列	20	60
电影剧本系列	21	21
艺术大师系列	12	12
文化读本系列	36	36
西部文化旅游系列	6	30
西部文史类图书	**224**	**15.2**
麦积山石窟系列	12	3.6
敦煌与丝绸之路学术文丛系列	12	3.6
港台地区敦煌学学术文库系列	100	3
西北未刊文献系列	100	5
青少年启迪类图书	**239**	**339**
童文系列	139	417
读者青少年国文阅读系列	100	200
合计	**588**	**723.2**

注：印刷册数包括首印和重印册数。

（1）人文精品类系列图书

人文精品类系列图书出版项目，将凭借《读者》在人文阅读市场的号召力和期刊忠实读者的依赖度，展现公司对“怡情促知”类信息的辨别、筛选和组织能力。拟出版的图书将保持《读者》杂志业已形成的清新隽永的文风，定位为启迪人们心智、弘扬真善美等情感类读物。该类图书共分为“读者文丛系列”、“国外美文系列”、“电影剧本系列”、“艺术大师系列”、“文化读本系列”、“西部文化旅游系列”等六个子系列。

“读者文丛系列”计划出版图书 30 种共 210 万册。该系列图书将延续《读者》杂志一贯的选题标准和叙事风格，内容涉及当代人着重关注和引导的心灵问题，给读者以人性的升华和情志的培养，弘扬珍爱生命、热爱生活、追求真理的理念。

“外国美文系列”计划出版图书 20 种共 60 万册。该系列图书目标群体是深受国外经典文学影响、追求诗意生活并有意提升自身艺术修养的读者。该套丛书

以“诗意自然”、“诗意人生”、“诗意心灵”和“诗意生活”为特色，精选近年外国文学作品中最优美和最受读者喜爱的部分，展现外国知名作家的优秀作品。

“电影剧本系列”计划出版图书 21 种共 21 万册，该套丛书选题新颖独特，从电影创作的角度，挖掘具有一定市场潜力、敏锐捕捉观众眼球并能积极反应社会现实的电影题材，将其编撰成书。该系列图书的推出将满足广大电影爱好者的阅读需求，同时为电影从业者提供宝贵的剧本资源。

“艺术大师系列”计划出版图书 12 种共 12 万册，目标读者群体是美术爱好者、艺术工作者、青少年读者和相关艺术品收藏者。该套丛书为国内首部集中展示近代以来美术大师、艺术巨匠艺术造诣、人格魅力的大型系列丛书。通过对大师非凡人生历程的展示，突出体现他们对国家民族的重要贡献，反映其伟大的爱国主义精神。

“文化读本系列”计划出版图书 36 种共 36 万册，主要面向对中国文化、名胜古迹和当代中国风貌感兴趣的外国读者以及需要普及中国文化知识、提高英语阅读应用能力的中学生。全书笔调力求活泼有趣，艺术性与实用性合为一体，既可以满足青少年读者对我国优秀文化传承，也可为外国友人入境旅游提供参考。

“西部文化旅游系列”计划出版图书 6 种共 30 万册。该套丛书以敦煌和丝绸之路等西部特色旅游为主线，以景点文化为基础，囊括食、住、行等城市文化与风土人情，使读者按图索骥畅游西部，感受西部之文化魅力。丛书以几千年文化为传播点，带领读者寻找文化之根，满足读者审美需求，同时，挖掘人类文明源远流长的脉络，让读者从神秘之旅中感受历史的厚度，在轻松旅游中了解、体验、感受传统文化。

（2）西部文史类系列图书

甘肃是我国文化资源大省，历史底蕴深厚、多民族文化交融，特色出版资源优势明显。本项目拟借助本公司在敦煌史料出版领域较高的研究水平和学术地位，通过出版西部文史类系列图书，推出一批既有西部地域文化特色，又有较高的学术价值的精品图书。具体包括《麦积山石窟全集》《敦煌与丝绸之路学术文丛》《港台地区百年敦煌学学术文库》《西北未刊文献丛书》等 4 个系列图书。4

个系列都是专业文献图书，具有历史保存价值和现实参考价值，面向的读者群体主要是专业研究工作者和广大美术爱好者以及图书馆、大学和专业研究机构。

“麦积山石窟系列”计划推出图书 12 种共 3.6 万册。与已经出版的同类体裁图书相比，该套丛书更加全面、翔实、多层次地展现麦积山石窟的历史典故、艺术造诣、宗教价值，给人以美学的欣赏、佛学的感悟、智慧的启迪，具有较强的艺术魅力和学术价值。

“敦煌与丝绸之路学术系列”计划出版图书 12 种共 3.6 万册。本套丛书内容包括丝绸之路佛教石窟艺术、简牍研究、遗址考古、古代西域宗教与语言研究、敦煌文献释读等，涉及内容广泛，专题研究针对性强，具有较高的学术价值与出版价值。

“港台地区敦煌学学术文丛系列”计划出版图书 100 种共 3 万册，该文库按研究内容分为科技卷、学术史卷、语言文学卷、石窟艺术卷、宗教文化卷、历史地理卷分类，精选了近 20 年来港台地区敦煌学的优秀学术著作 100 种，文库史料翔实，研究内容丰富。

“西北未刊文献系列”计划推出图书 100 种 5 万册。该套丛书是一部大型原始资料总集，以发掘、抢救为手段，以保护、研究为宗旨，在广泛搜集中国西北地区方志、谱牒、诗文集等诸多方面历史文献的基础上，进行系统地甄别、整理和编纂，形成多方面大范围的概括中国西北地区政治、经济、文化、军事、宗教、历史、地理面貌等方面的大型文献丛书，为相关研究者提供了重要的文献参考。

（3）青少年启迪类系列图书

近年来，青少年图书市场保持较快的增长速度，具有良好的市场前景。公司将借助《读者》的影响力向低幼读物、少儿读物出版市场扩展渗透，出版面向青少年的“读者童文系列”和“读者青少年国文系列”丛书。同时，公司以独特的选题风格和充满内涵的故事题材，培养青少年高尚的阅读品味，引导他们接受正确的文学熏陶，初步领会人类社会的真善美。

“童文系列”计划出版图书 139 种共 417 万册，目标阅读群体是 2~12 岁的少年儿童。公司将重新整合已有作家资源和儿童文学作品，并开发优秀儿童作家

新的优秀儿童作品，以生动活泼的故事形象、简单易懂的故事情节、精美有趣的插图，深入孩子心灵深处，实现“美的体验、德的宣扬、智的开发”。

“青少年国文阅读”系列计划出版图书 100 种共 200 万册，目标阅读群体是 10~17 岁的青少年。丛书精选适合青少年阅读的经典古文、诗文和散文，以培养青少年的阅读能力、文学作品审美能力和写作表达能力为主，启迪智慧、开阔眼界、滋养心灵，提高青少年综合素质，为今后的学养成才打下坚实的基础。

4、项目投资进度计划

该项目计划在 3 年建设期内共投资 4,754.73 万元，投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
人文精品类	1,034.12	747.62	632.78	2,414.53
西部文史类	350.46	716.78	98.16	1,165.41
青少年启迪类	484.05	346.98	343.76	1,174.79
合计	**1,868.64**	**1,811.38**	**1,074.71**	**4,754.73**

（1）人文精品类图书出版投资计划

人文精品类图书出版共投资 2,414.53 万元，投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合　计
内容成本	287.10	207.89	148.19	643.17
版权（稿酬）费	210.44	148.87	122.37	481.68
编校（翻译）费	76.66	59.02	25.82	161.49
印制加工费	747.02	539.74	484.60	1,771.36
合计	**1,034.12**	**747.62**	**632.78**	**2,414.53**

（2）西部文史类图书出版投资计划

西部文史类图书出版共投资 1,165.41 万元，投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
内容成本	110.64	221.25	61.25	393.14
版权（稿酬）费用	25.20	192.50	52.50	270.20
编校（翻译）费用	85.44	28.75	8.75	122.94
印制加工费	239.82	495.53	36.91	772.27
合计	**350.46**	**716.78**	**98.16**	**1,165.41**

（3）青少年启迪类图书出版投资计划

青少年启迪类图书出版共投资 1,174.79 万元，投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
内容成本	158.09	112.34	111.09	381.52
版权（稿酬）费用	156.96	111.54	110.30	378.80
编校（翻译）费用	1.12	0.80	0.79	2.72
印制加工费	325.96	234.64	232.67	793.27
合计	**484.05**	**346.98**	**343.76**	1,174.79

5、项目的市场前景分析

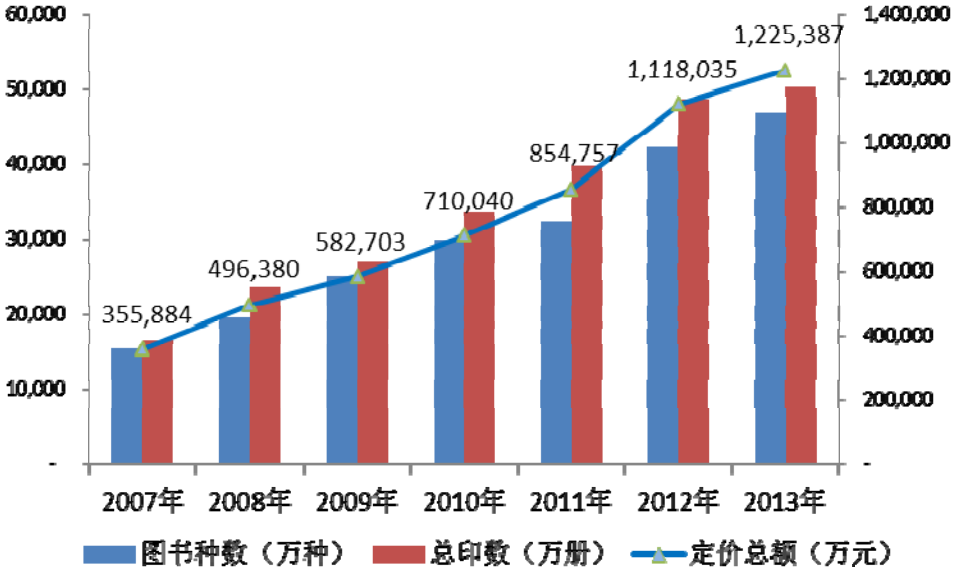
本项目拟出版的图书选题都是经公司出版编辑人员按照市场化的原则精心挑选的，具备良好的市场前景。

（1）人文图书市场前景

随着我国国民经济快速增长，人民生活水平持续提高，受教育人口比重不断上升，为图书出版提供了重要依托。2007 年～2013 年，全国图书出版品种从 24.8 万种增加到 44.44 万种，总印数从 62.9 亿册增加到 83.10 亿册。

指标	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年
图书出版品种（万种）	24.8	27.4	30.2	32.8	37.0	41.4	44.44
总印数（亿册）	62.9	70.6	70.4	71.7	77.1	79.3	83.10
定价总金额（亿元）	676.7	802.4	848.0	936.0	1，063.1	1,183.4	1,289.28

本项目拟出版的人文图书出版市场一直呈现出持续稳定的增长态势，我国文学类图书出版品种、总印数和图书定价总额增长趋势明显。（如下图）



数据来源：中国新闻出版研究院历年《全国新闻出版业基本情况》。

与此同时，国民对图书的阅读需求不断提升，为图书出版业的继续增长提供了市场基础。据中国新闻出版研究院“全国国民阅读调查”结果显示，我国18 周岁至 70 周岁国民对传统纸质媒介的阅读率呈现稳健增长的态势：2013 年成年国民图书阅读率为 57.8%，较 2012 年上升 2.9 个百分点。相比新的图书阅读形式，人们对传统阅读方式仍表现出较高的热情，人均纸质图书阅读量为 4.77 本，超过六成的国民倾向于“拿一本纸质图书阅读”。

本公司广泛的《读者》杂志阅读群体对公司出版的人文精品图书具备应有的认可度，“读者”的品牌号召力将有效的体现在公司人文精品图书出版上。

（2）文献图书市场前景

文献图书具有历史保存和现实应用的双重价值，其主要销售对象是公共图书馆、大学图书馆和专业研究机构。根据文化部公布的数据，公共图书馆对西部文史类图书有着绝对的“消化能力”。据统计，2012 年我国共有公共图书馆 3,076 个，总藏量达到 78,852 万册。我国各地图书馆庞大的总藏量，为公司文献图书的销量提供了必要保障。

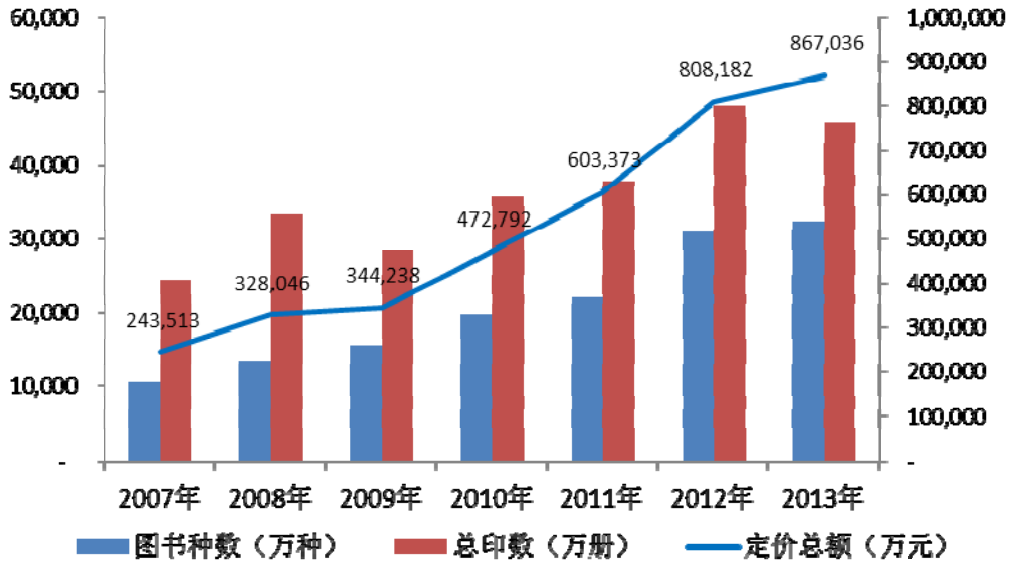
另据教育部公布的数据，截至 2013 年，我国共有 2,491 所普通高等学校，其中本科以上的综合类大学 1,170 所，高职（专科）院校 1,321 所。另外，世界上也有多所大学及研究机构（如京都大学、东京大学、美国密歇根大学、俄克拉荷马州立大学、俄罗斯科学院、英国伦敦大学、韩国敦煌学会等）有专门部门及

个人从事敦煌学的研究。以敦煌学为核心的西部史地类文献图书市场需求较大，其容量足以支撑本项目。

（3）少儿图书市场前景

我国庞大的青少年人口基数为少儿图书出版的持续增长提供坚实的市场保障。据统计，2013 年我国 0～14 岁少年儿童共有 22,316 万人，占总人口的 16.40%。据中国新闻出版研究院的调查数据显示，我国少年儿童的阅读率、阅读量最高，2013 年我国 0~17 周岁未成年人图书阅读率为 76.1%，比成年国民图书阅读率高出 18.3 个百分点。

随着国家教育投入的逐年增加，社会上对少年儿童情商、智商的开发也日益重视。近年来，我国少儿读物出版市场持续增长，图书出版种数、总印数和定价总额持续增长，少儿图书市场潜力巨大。



数据来源：中国新闻出版研究院《全国新闻出版业基本情况》。

6、项目主要经济效益指标

该项目经济计算期为六年（含三年建设期），正常经营年份的主要经济效益指标如下：

主要经济指标	数值
年均投资净利率	23.91%
内部收益率	24.16%
投资回收期（年）	2.72

（四）营销与发行服务体系建设项目

1、项目概况

为提升产品的市场渗透能力，公司将逐步完善营销与发行服务体系，计划用2年时间在北京、武汉、上海与广州设立四个地区营销与发行服务分部，承担各自地区内的市场宣传推广、产品销售、分印分发管理、区域性广告业务与产品陈列展示等五大职能，巩固并拓展期刊市场份额。与此同时，该项目的建成将强化公司图书发行能力，完善数字出版产品的自主销售能力，及时、有效地管理期刊分印分发业务，为公司进一步挖掘自身优势、拓展业务领域奠定坚实的基础。

2、项目投资必要性

（1）应对期刊发行市场新形势、巩固与提高发行量的需要

经过多年发展，我国期刊出版品种逐渐丰富，市场格局已由原先的卖方市场转变为买方市场，期刊产品市场推广与营销活动日益重要。与营销活动发展的总体趋势相适应，营销方式也从面向全国市场的普遍性营销转变为注重深耕区域性市场。在期刊发行市场上，邮政发行系统凭借其覆盖全国、深入城乡的网络，长期发挥着主力军的作用。但受各方面条件限制，对某种特定杂志的市场推广与营销能力普遍不足，尤其是非沿海经济发达地区或非省会城市的邮政报刊发行部门更是如此。

因此，公司在现有期刊发行网络的基础上，顺应期刊发行市场新形势。通过该项目的建设，将借助当地资源，精耕细作区域市场，有针对性地开展市场推广与营销活动，近距离接触目标读者与客户，为邮政系统等传统发行渠道提供营销支撑与发行服务支持。同时，积极开拓新的营销渠道，挖掘机构客户市场潜力，与原有渠道互为补充，维护、巩固并提高现有期刊发行量。

（2）满足公司进一步拓展业务领域的需要

随着期刊出版市场竞争的进一步深化，期刊竞争已从依赖单一刊物转向刊群建设竞争。为此，公司提出在现有期刊出版的基础上，以“读者”品牌为核心，通过自创新刊、老刊升级、兼并收购等多种方式，计划在综合阅读、社会漫评、科普探索、家庭理财、高端时尚与健康生活6个方面打造期发行量不低于10万册的新刊。这就需要完善营销与发行服务体系，为期刊群建设目标的顺利实现提

供市场保障。在期刊广告业务方面，面对区域性广告业务的日益兴起，亦有必要通过该项目的建设，开拓区域性广告客户，拓展业务范围。

在图书出版方面，尽管公司已经在西部史地类图书出版领域形成了一定的特色内容优势，并努力探索通过书刊互动，将《读者》杂志在期刊领域形成的品牌优势延伸到图书领域。但公司现有图书发行与营销力量分散，制约了上述优势发挥。因此有必要通过该项目的建设，建立起统一、有效的图书营销与发行服务网络体系，为公司进一步延伸期刊出版优势、壮大图书出版业务提供强有力的支撑。

近年来，公司及时抓住数字技术给传统出版带来的新发展机遇，积极涉足数字出版与新媒体业务，但由于公司现有发行体系局限于传统出版物的发行，难以适应新兴数字出版业务的需要。通过该项目的建设，将提高公司数字出版产品的发行能力，满足数字产品市场需求。

（3）进一步规范分印、分发业务管理，提高服务质量

依据“分印结合分发“的业务模式，公司在全国设立了 20 个分印点与 25 个省级邮政主发渠道，保证了《读者》杂志就近快速投入市场，赢得了发行时机。由于公司总部地处兰州，对全国各地的分印、分发业务直接管理造成不便，各分印点在具体工作过程中也暴露出服务不细致、市场反馈不及时等问题。项目建成后，公司将通过各地区分部，实行就近管理，监督各地区的分印、分发业务，及时反馈市场信息，提高读者服务质量。

3、项目建设方案

营销与发行服务体系由兰州公司总部与地区分部两级构成，鉴于兰州公司总部营销队伍早已建立并长期有效运行，该项目仅包含各地区分部的建设。公司计划在北京市、上海市、武汉市与广州市分别设立 4 个营销与发行服务分部。北京分部覆盖华北与东北地区，以北京市为基础，辐射河北、天津、山西、内蒙古、辽宁、吉林与黑龙江 7 省（自治区、直辖市）；上海分部覆盖华东地区，以上海市为基础，辐射江苏、安徽、山东与浙江 4 省；武汉分部覆盖华中地区与西南地区，以湖北为基础，辐射湖南、江西、河南、重庆、四川、贵州、云南与西藏 8 省（自治区、直辖市）；广州分部覆盖华南地区，以广州市为基础，辐射福建、广西、海南 3 省与香港、澳门两个特别行政区。西北地区陕西、甘肃、宁夏、青

海、新疆 5 省（自治区）以及台湾地区的营销与发行服务，由兰州公司总部负责。

项目计划采取“整体规划，分步实施，建成即启用”的方式进行，各地区分部的建设由公司总部统一组织落实。

该项目以公司现有营销与发行服务工作为基础，针对业务发展需要，各营销分部担负着提升产品品牌形象、增强市场渗透力度、扩大当地市场占有率的任务，具体承担以下五大职能：

（1）宣传推广中心

针对邮局、书店等传统发行渠道营销和宣传推广力量不足的问题，各地区营销分部与公司各出版业务部门相互配合，负责期刊、图书产品在当地市场的营销宣传、市场推广活动，提升公司产品的市场知名度与影响力，实现“发货到代理，促销到终端”。同时，为邮局、书店等销售渠道提供营销支持及发行服务，及时跟踪市场信息，提高读者服务质量。

（2）销售业务中心

在期刊、图书等传统出版物方面，各地区分部将借助当地民营发行渠道，积极开拓学校、机场、地铁、超市及列车等传统销售渠道覆盖不到的区域，与传统发行系统互为补充，完善营销网络，实现全渠道覆盖。同时，还将积极开拓机构客户，努力扩展新的销售范围。在新兴出版方面，承担数字出版产品，尤其是中小学语文阅读与作文教育平台在该区域的销售任务。

（3）分印、分发管理中心

通过驻地化管理，就近监督、管理本地区公司书刊，尤其是《读者》杂志的分印、分发业务，规范业务管理流程。通过精细化管理、细致化服务，保障产品质量，维护并提高公司品牌形象。

（4）区域性广告业务中心

结合期刊分印、分发业务管理，利用驻地优势与地方资源，统筹开发本地区区域性广告资源，扩大区域性广告业务收入。借助期刊的本地发行优势，通过地方版、插页等形式，实现广告精准投放。

（5）产品陈列与展示中心

陈列、展示公司出版的期刊、图书及数字产品，供来访的客户及参加活动的各界人士了解公司的发展历程和最新产品，成为公司在当地展示形象的窗口。

为保证各分部上述工作职能顺利开展，项目根据每个分部的实际情况，配备一定数量工作人员，并租用相应面积的办公场地，办公场地与人员配置具体情况如下表：

营销与发行服务分部	办公场地面积（平方米）	员工人数
北京分部	300	16
武汉分部	300	15
上海分部	150	11
广州分部	150	11

4、项目投资进度计划

项目建设期为 2 年。第 1 年完成北京、武汉、上海 3 个地区分部的建设并启用，第 2 年完成广州分部的建设并启用。每个分部的建设时间均为 6 个月，需要进行办公场所的选址、装修，办公设备采购、安装、调试，工作人员招募、培训等工作。

项目在建设期内共投资 3,535.27 万元，投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第1年	第2年	合计
办公场地支出	346.61	265.95	**612.56**
办公设备购置	416.51	105.35	**521.86**
前期准备与运营费用	1,090.33	1,310.52	**2,400.85**
合计	**1,853.45**	**1,681.82**	**3,535.27**

5、项目主要经济指标

项目经济计算期按六年计算（含两年建设期），建成后正常经营年份的主要经济效益指标如下：

主要经济指标名称	数值
年均投资利润率	34.73%
内部收益率	17.21%
投资回收期	4.44 年

（五）出版资源信息化管理平台建设项目

1、项目概况

出版资源信息化管理平台建设项目将新建和升级改造公司管理系统、财务系统、业务 ERP 系统、发行库管系统和公司数据交换中心系统等五大信息管理系统模块。公司现有管理系统将升级为集编辑、编务、印务、发行、仓储、财务核算、社务管理功能于一体的信息化管理平台，实现“纵向贯通、横向集成”，支撑未来公司主营业务运作，优化业务流程、统一标准规范、加快信息流动、强化公司管控、防范运营风险，进一步提高公司市场化管理和运营能力。

2、项目投资必要性

（1）为实现公司发展目标提供技术支持

公司积极扩展数字出版、动漫产业，致力于实现“以期刊出版为主、全媒体运营的出版传媒企业”的战略发展目标。公司未来业务将持续快速增长，现有的 IT 系统和设施已不能满足要求。通过该项目的建设，公司将建成一套先进的、可靠的、规范的和可持续发展的框架体系与技术手段，以支持各项业务的快速成长。

（2）有利于加快公司业务升级发展，提高运营效率

通过出版资源管理平台的建设，有利于实现公司各职能部门之间的信息共享，降低内部沟通成本。通过整合“商流、物流、信息流”等信息，达到编辑、编务、印务、发行、仓储、财务核算、社务管理等功能一体化运营，加快公司业务升级发展。通过工作流程的简化和优化，提高决策审批效率和办公执行效率，达到部门之间、工序之间的协同配合高效化，进而提升整个公司的管理水平。

（3）有利于加强财务管控，降低运营成本

信息化管理平台的建设有利于加强公司财务管控，提高财务预算执行的透明度，提升财务管理水平，以便管理人员更好的掌握资金财产状况，防范风险。同时，该项目的实施也有利于实现公司财务管理的系统化、信息化，加强公司成本费用的控制力，实现成本费用精确管理，为公司管理层提供决策依据。

（4）有利于提高物流库管水平，降低物资库存

信息化管理平台建设有利于加强公司库存仓储管理和发行管理，对公司发行

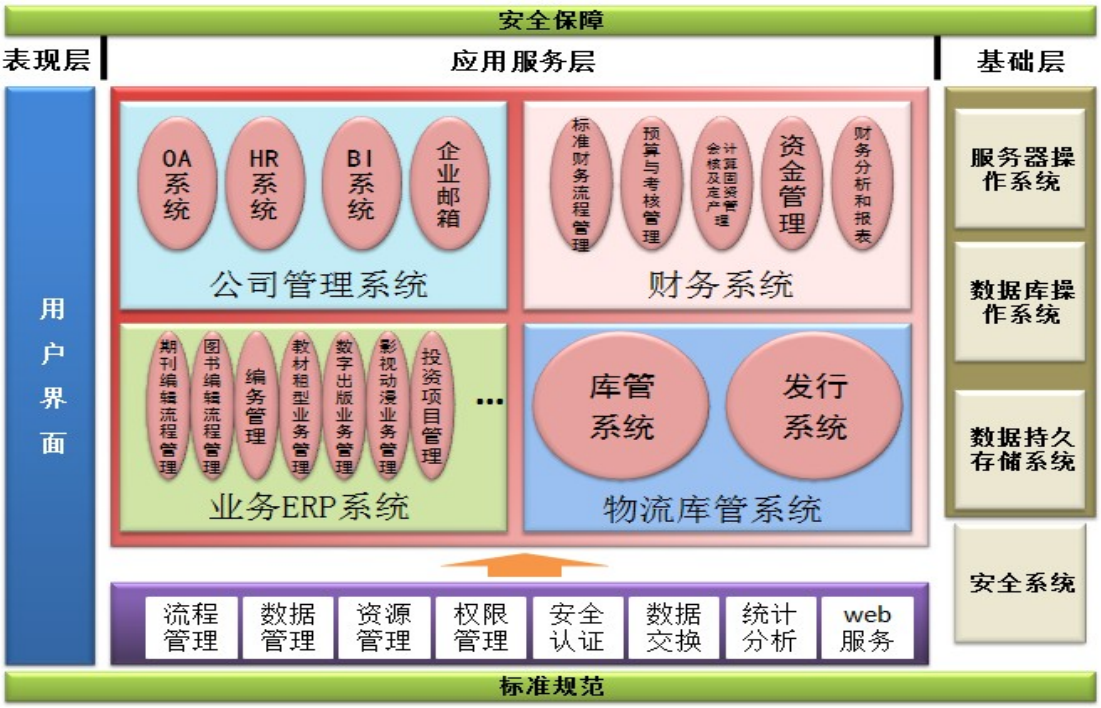
的期刊、图书、音像制品等产品发行环节进行全流程监管，并借此与新华书店、各地邮政报刊发行局等发行机构，建立密切的沟通机制，加强双方沟通，搜集消费者信息，协调产品存货与生产环节，提高服务水平，降低物资库存。

3、项目建设方案

（1）整体架构

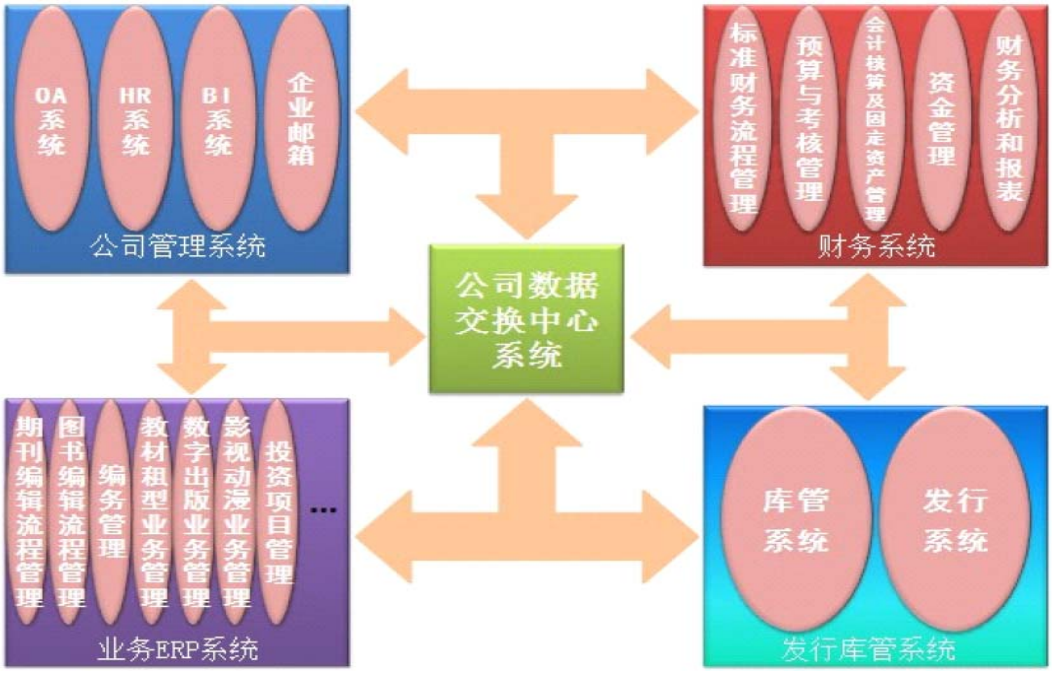
出版资源信息化管理平台是未来支撑公司主营业务发展的信息集成管理平台，集编辑、编务、印务、发行、仓储、财务核算、社务管理等功能于一体，实现“纵向贯通、横向集成”的信息化管理。平台以企业信息管理、业务流程控制、财务管理和物流管理为主要功能，实现对各项业务运行的完整控制。

平台采用基础层、应用服务层、表现层三层体系架构。基础层是支持平台服务器运行的基础系统，主要包括服务器操作系统、数据库操作系统、数据持久存储系统和安全系统四部分；应用服务层主要面向公司各业务板块及日常办公工作，提供“层级化”的运营管理服务模块，以系统服务为基础，主要包括流程管理、数据管理、资源管理、权限管理、安全认证、数据交换、统计分析、web 服务等模块，形成四大服务元素，即：公司管理、财务系统、业务 ERP 系统和物流库管系统；表现层提供进入信息管理平台的接入界面，各业务板块、个人信息及管理项目通过网页形式展示。该平台系统架构如下图：



（2）平台功能设计

根据公司业务发展需要和现有信息化管理状况，该项目将采取旧系统升级改造和新系统开发相结合的方式，建设五大信息管理系统，包括公司管理系统、财务系统、业务 ERP 系统、物流库管系统和公司数据交换中心系统。该平台功能结构如下图：



① 公司管理系统

主要包括协同办公系统(OA)、人力资源管理系统(HR)、智能决策支持系统(BI)和企业邮箱系统。其中协同办公系统和企业邮箱系统是在原有功能基础上进行升级改造，以满足公司协同办公、异地办公的需求。同时，该系统将整合来自业务 ERP、财务、人力资源管理等数据信息，进行数据合并和数据挖掘，强化数据分析和预测功能，为公司管理层提供决策依据。

② 财务管理系统

公司现有财务系统功能单一，在公司业务规模不断扩大的背景下，已不能满足公司的发展需求。此次升级后的财务系统将包含标准财务流程管理、预算与考核管理、会计核算及固定资产管理、资金管理、财务分析和报表合并等功能模块，可实现公司财务管理的统一部署、集中管理，提高财务人员工作效率。

③ 业务 ERP 系统

业务 ERP 系统是支撑公司现有主营业务运作并兼顾未来发展方向的集成信息系统。系统涉及公司主营业务的全部核心流程，主要包括期刊编辑、图书编辑、编务管理、教材租型业务，内容版权信息、排版文件的数字化存储，动漫、影视业务的项目管理，固定资产及投资项目的管理，能实现各业务职能的集约化管理和专业化分工。通过矩阵式管理模式，实现公司对各项业务的完整运营控制。

④ 发行库管系统

发行库管系统，是在公司原有库管系统基础上的升级改造，供发行、储运部门使用。升级后的系统将能够满足公司由图书入库到图书出库中间产生的全部业务信息和业务需求，同时该系统还与财务系统相连，方便财务管理与业务部门对接，实现图书发行和库存管理的智能化、信息化。

⑤ 数据交换中心系统

数据交换中心系统，将财务管理系统中所需要的数据抽取集成到信息化管理平台中，为公司信息一体化提供解决方案，有效提升业务处理效率、缩短决策周期并节省 IT 管理运营成本。通过数据交换中心开放标准的平台接口，实现公司财务系统与业务系统的数据集成，协同办公管理系统与其他系统的组织机构、人员信息等基础信息统一同步；同时，该系统将建成公司的统一信息门户，将其他系统中的任务信息与协同办公系统进行整合。

（3）项目进度计划与系统配置

项目建设分 3 年进行，根据公司业务发展需要，采用“边建设边使用”的方式，在机房建设、系统开发与软件购置、硬件购置 3 个方面同时展开。

机房建设包括“机房装修与辅助工程建设”和“机房设备购置”两部分。项目进度计划与系统购置计划见下表：

建设内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年
机房建设	机房装修与辅助工程建设，购置机房相关设备	根据增加的服务器数量，增加机柜 4 个、扩充 UPS 电池组 2 个、精密空调 1 台	增加机柜 1 个，扩充 UPS 电池组 1 个
系统开发	全面完成系统基础平台、核心数据库两个功能模块的研发，并投入使用	全面完成公司管理系统、财务系统、业务 ERP 系统和发行库管系统的开发	全面完成系统整体测试，并验收使用

软件购置	购置服务器操作系统 3 套，数据库 1 套，杀毒软件 2 套，并投入使用	购置服务器操作系统 5 套，数据库 2 套，方正飞腾软件 25 套，Adobe 中文版 25 套，Office 软件 100 套，并投入使用	购置服务器操作系统 2 套，软件测试工具 1 套，并投入使用
硬件设备	购置服务器 3 台，核心交换机、网络防火墙、入侵检测设备、漏洞扫描设备各 1 台，便携式电脑 6 台，台式电脑 2 台，并投入使用	购置服务器 5 台，核心交换机 1 台，便携式电脑 2 台，并投入使用	购置服务器 2 台，存储器 2 台，便携式电脑 2 台，台式电脑 16 台，并投入使用

4、项目投资进度计划

项目在 3 年建设期内共投资 4,605.60 万元，其中用于机房建设 265.50 万元，系统开发与软件购置 3,511.80 万元，硬件购置 575.30 万元，日常运营 253.0 万元。根据项目进度计划，第 1 年投入 1,065.30 万元，第 2 年投入 2,955.70 万元，第 3 年投入 584.60 万元。项目投资进度计划如下表：

单位：万元

用途	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
机房建设	214.50	39.80	11.20	265.50
系统开发与软件购置	611.30	2,766.30	134.20	3,511.80
硬件购置	180.50	61.60	333.20	575.30
日常运营	59.00	88.00	106.00	253.00
合计	**1,065.30**	**2,955.70**	**584.60**	**4,605.60**

机房建设共投资 265.50 万元，其中用于机房装修与辅助工程 110.0 万元，相关设备购置 155.50 万元。根据项目建设进度计划，第 1 年投资 214.50 万元，第 2 年和第 3 年用于相关设备购置分别投资 39.80 万元与 11.20 万元。项目进度计划与投资明细见下表：

单位：万元

用途	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计	说明
机房装修与辅助工程	**110.00**	**0**	**0**	**110.00**	——
机房中等装修	80.00	0	0	80.00	100 平方米，包括地面工程、天棚工程、非燃材料隔墙和门窗；地面与天棚工程合计以 8000 元/平方米计算；第 1 年完成并投入使用。
机房电力系统改造	30.00	0	0	30.00	增容 20 千瓦，30 万元；第 1 年完成并投入使用。

相关设备购置	**104.50**	**39.80**	**11.20**	**155.50**	——
环境监控设备	26.00	0	0	26.00	“中达电通”系统 1 套，26 万元/套；第 1 年购置并投入使用。
精密空调	25.00	25.00	0	50.00	约顿 JDA25 空调，2 台，25 万元/台；第 1 年、第 2 年各购置一台并投入使用。
动力设备（UPS）	25.00	10.00	10.00	45.00	APC surt2500 电池 12V—100AH；第 1 年包括购置机头的费用，后两年为电池组的增加，均当年投入使用。
机柜	2.40	4.80	1.20	8.40	APC AR3100，7 个，1.2 万元/个；第 1 年购置 2 个，第 2 年购置 4 个，第 3 年购置 1 个，均当年投入使用
配电柜	5.80	0	0	5.80	博得配电柜 1 台,5.8 万元；第 1 年购置并投入使用。
门禁系统	0.30	0	0	0.30	厦门 ABB，2 套（机房和监控室各 1 套），1500 元/套；第 1 年购置并投入使用。
消防设备	20.00	0	0	20.00	海湾无管网七氟丙烷气体灭火设备 1 套，20 万元/套；第 1 年购置并投入使用。
总计	**214.50**	**39.80**	**11.20**	**265.50**	——

系统开发与软件购置共投资 3,511.80 万元，其中用于系统开发 3,276.60 万元，软件购置 235.20 万元。项目进度计划与投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计	说明
系统开发	**571.20**	**2,617.80**	**87.60**	**3,276.60**	——
基础平台开发	358.40	0	0	358.40	112 个人月，以平均 3.2 万元/人月标准计算；第 1 年完成并投入使用。
公司管理系统	0	638.40	0	638.40	168 个人月，以平均 3.8 万元/人月标准计算；第 2 年完成并投入使用。
财务系统	0	239.40	0	239.40	63 个人月，以平均 3.8 万元/人月标准计算；第 2 年完成并投入使用。
业务 ERP 系统	0	1,238.40	0	1,238.40	288 个人月，以平均 4.3 万元/人月标准计算；第 2 年完成并投入使用。
发行库管系统	0	501.60	0	501.60	132 个人月，以平均 3.8 万元/人月标准计算；第 2 年完成并投入使用。
核心数据库系统	212.80	0	0	212.80	56 个人月，以平均 3.8 万元/人月标准计算；第 2 年完成并投入使用。
整体测试	0	0	68.40	68.40	18 个人月，以平均 3.8 万元/人月标准计算；第 3 年完成并投入使用。
平台验收	0	0	19.20	19.20	6 个人月，以平均 3.2 万元/人月标准计算；第 3 年完成并投入使用。
软件购置	**40.10**	**148.50**	**46.60**	**235.20**	——

服务器操作系统	6.90	11.50	4.60	23.00	Windows Server2008 系统，10 套，2.3 万元/套；第 1 年购置 3 套，第 2 年购置 5 套，第 3 年购置 2 套；均当年投入使用。
数据库	26.00	52.00	0	78.00	SQL server，3 套，26 万元/套； 第 1 年 1 套，第 2 年 2 套；均当年投入使用。
杀毒软件	7.20	0	0	7.20	卡巴斯基企业版（500 授权），3.6 万元/3 年，2 套；第 1 年购置并投入使用。
集成工具	0	85.00	0	85.00	方正飞腾 25 套，8000 元/套；Adobe 中文版 25 套，1 万元/套；Office 软件 100 套，4000 元/套；第 2 年购置并投入使用。
测试工具	0	0	42.00	42.00	Quicktest Professional 软件，1 套，42 万元/套；第 3 年购置并投入使用。
总计	**611.30**	**2,766.30**	**134.20**	**3,511.80**	——

硬件购置共投资 575.30 万元，项目进度计划与投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计	说明
核心交换机	5.00	5.00	0	10.00	Cisco C6509，2 台，5 万元/台；第 1 年和第 2 年各购置 1 台并投入使用。
服务器	33.00	55.00	22.00	110.00	HP ProLiant DL580，10 台，11 万元/台； 第 1 年购置 3 台，第 2 年购置 5 台，第 3 年购置 2 台，均当年投入使用。
存储器	0	0	300.00	300.00	EMC CLARiiON 磁盘阵列，3 台，100 万元/台；第 3 年购置并投入使用。
网络防火墙	35.00	0	0	35.00	Cisco 5585，1 台，35 万元/台；第 1 年购置并投入使用。
入侵检测	67.00	0	0	67.00	绿盟 ICEYE-1200D，1 台，67 万元/台；第 1 年购置并投入使用。
漏洞扫描	34.50	0	0	34.50	启明星辰（500 固定 IP 授权），1 台，34.5 万元/台；第 1 年购置并投入使用。
便携式电脑	4.80	1.60	1.60	8.00	联想 Y470N-ISE（H），10 台，8000 元/台； 第 1 年购置 6 台，第 2 年购置 2 台，第 3 年购置 2 台，均当年投入使用。
台式电脑	1.20	0	9.60	10.80	HP Pavilion p6000，6000 元/台； 第 1 年购置 2 台，第 3 年购置 16 台，均当年投入使用。
总计	**180.50**	**61.60**	**333.20**	**575.30**	--

项目日常运营投资共 253 万元，项目进度计划与投资明细见下表：

单位：万元

投资内容	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计	说明
电费	29.00	58.00	61.00	148.00	精密空调、核心交换机、服务器等不间断供电设备使用； 第 1 年 29 万千瓦时，第 2 年 58 万千瓦时，第 3 年 61 万千瓦时。
运营维护人员费用	30.00	30.00	45.00	105.00	以全人力成本（包括薪酬、福利、保险与公积金、日常办公支出）每人平均 15 万元/年。
合计	**59.00**	**88.00**	**106.00**	**253.00**	--

四、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响

本次募集资金投资项目与公司现有的主营业务紧密相关，有利于巩固公司的市场地位，强化并拓展公司的核心竞争力。本次募集资金投入使用并产生效益后，将进一步提升公司盈利能力，改善本公司的财务状况。

（一）募集资金运用对财务状况的影响

募集资金到位后，本公司的净资产规模将大幅增大，资产结构更加合理，资产负债率显著下降，偿债能力进一步增强，进一步降低公司的财务风险。

（二）对公司的净资产和净资产收益率的影响

募集资金到位后，公司的净资产和每股净资产将大幅增长，有助于优化公司的财务结构，提高公司抗风险能力。但由于募集资金投资项目需要建设周期，在项目效益充分发挥前，公司净资产收益率将会因净资产大幅增加而有所降低。

从长远看，本次募集资金投资项目均有良好的投资回报率，随着项目陆续实施并产生效益，公司的净资产收益率将会稳步提高，并维持在合理水平。

（三）对公司盈利能力的影响

本次募集资金投资项目顺利实施后，公司的期刊、图书和数字出版物销售收入将大幅提高，同时营销渠道建设项目能够有力支撑公司各项业务的扩张，并且扩大公司在全国范围内的影响力。随着募集资金投资项目经济效益逐步释放，公司的营业收入和利润水平将有大幅提高，公司盈利能力不断增强。

（四）新增固定资产折旧和开发费用摊销对于公司未来经营成果的影响

本次发行股票募集资金投资于固定资产与无形资产的资金较少，符合公司“轻资产”运营的特点。募集资金投资项目实施后，建设期和生产期各年新增的折旧与摊销对损益的影响情况如下表：

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	合计
固定资产投资	1,537.85	667.75	424.60	--	--	--	2,630.20
新增待摊费用	2,265.80	3,521.50	345.70	--	--	--	6,133.00
折旧费用	38.61	391.87	589.63	701.29	380.04	190.04	2,291.48
待摊费用摊销	--	263.05	617.95	652.52	652.52	652.52	2,838.56
新增折旧和摊销对损益的影响	**38.61**	**654.92**	**1,207.58**	**1,353.81**	**1,032.56**	**842.56**	**5,130.04**

本次募集资金投资项目实施后，每年新增折旧及摊销费用占公司营业成本的比例较低，对公司未来的经营成果影响较小。

第十四节 股利分配政策

一、发行前的股利分配政策

根据《公司章程》的规定，公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但股东大会决议不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金可用于弥补亏损、扩大生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、本公司实际股利分配情况

本公司2011年度股东大会审议通过《关于公司2011年度利润分配方案暨以资本公积转增股本并相应修改公司章程的议案》，同意本公司以截至2011年12月31

日总股本12,000万股为基数，向全体股东每10股派发现金股利2.5元（含税），合计派发现金股利人民币3,000万元；同时资本公积转增股本，向全体股东每10股转增5股，共计转增6,000万股，该股利已实际派发。

2013年6月15日，公司2012年度股东大会审议通过《关于公司2012年度利润分配方案的议案》，本公司以截至2012年12月31日总股本18,000万股为基数，向全体股东每10股派发现金股利1.5元，合计派发现金股利人民币2,700万元，该股利已实际派发。

2014年3月18日，公司2013年度股东大会审议通过《关于公司2013年度利润分配方案的议案》，本公司以截至2013年12月31日总股本18,000万股为基数，向全体股东每10股派发现金股利2元，合计派发现金股利人民币3,600万元，该股利已实际派发。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据本公司 2013 年第一次临时股东大会审议通过《关于公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票并上市前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按发行后各自所持公司股份比例共享。

四、发行后的利润分配政策及具体利润分配计划、长期回报规划

（一）公司发行后的利润分配政策

根据发行人《公司章程（草案）》的规定，公司发行上市后的利润分配政策如下：

1、利润分配原则：公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对全体股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式：公司采取现金、股票、现金和股票相结合或者法律允许的其他方式进行利润分配，且优先采取现金分红方式。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

3、现金分红条件及比例：公司经营所得利润将首先满足公司经营需要，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等

事项发生，公司将主要采取现金利润分配方式。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占 比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%。

公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

4、利润分配的期间间隔：原则上公司每年分红。公司根据实际盈利情况，还可以进行中期利润分配，中期利润分配的原则、办法及程序与年度利润分配一致。

（二）公司利润分配方案的制定、审议、披露及监督

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》的规定：

1、公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证中，需与独立董事、监事充分讨论，并通过多种渠道听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案；

2、独立董事应对利润分配预案进行审核并发表明确的独立意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；监事会应对利润分配预案进行审核并提出审核意见；

3、董事会审议通过利润分配预案后报股东大会审议批准，公告董事会决议时应同时披露独立董事的独立意见和监事会的审核意见；

4、董事会对当年度具体的利润分配预案的审议，应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过方可提交股东大会审议；董事会修改利润分配政策或股东未来分红回报规划的，应在相关提案中详细论证和说明原因，并经全体董事三分之二以及独立董事三分之二以上表决通过方可提交股东大会审议。

监事会应对董事会制定或修改的利润分配政策或股东分红回报规划或提出的当年度具体利润分配预案进行审议；对当年度具体利润分配预案应经半数以上监事表决通过，对利润分配政策或股东分红回报规划应经三分之二以上监事表决通过。

股东大会审议当年度具体的利润分配方案时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决通过；利润分配政策或股东分红回报规划须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。

5、公司应当在定期报告中详细披露利润分配方案的制定及执行情况。

公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于公司股东的净利润之比低于 30%的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；董事会会议的审议和表决情况；独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

（三）公司上市后利润分配的长期回报规划及未来三年（2014～2016 年度）具体利润分配计划

根据公司制定的《读者出版传媒股份有限公司股东未来分红回报规划（2014 年度～2016 年度）》，公司上市后的股东回报规划的主要内容如下：

1、分红回报规划考虑的因素

公司所处的新闻出版行业受国家政策大力支持，发展迅速，数字出版的迅猛发展对传统出版行业带来了前所未有的机遇和挑战。探索出适合自身发展的从传统出版到数字出版转变的方式成为决定公司在未来市场竞争地位的关键。公司的募集资金投资项目契合公司发展战略，但也只是公司未来资金需要的一部分。着眼公司的长远和可持续发展，综合考虑公司处于快速发展阶段、未来发展资金需求大、公司经营现金流状况良好、股东意愿以及外部融资环境变化快等因素，在合理平衡经营利润用于自身发展和提升对股东的回报、给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模的前提下，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制。

2、分红回报规划的原则及须履行的决策程序

董事会根据公司经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、资金需求、发展规划，并充分考虑股东（特别是中小股东）、独立董事、监事的意见，制订公司一定周期内的分红回报规划，经董事会审议通过后提交公司股东大会批准实施。

董事会对当年度具体的利润分配预案的审议，应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议利润分配方案时需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

3、未来三年（2014～2016 年度）具体利润分配计划

（1）公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，并积极推行以现金方式分配股利。原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的经营情况和资金需求情况提议进行中期现金分红。

（2）根据《公司法》等有关法律、法规及《公司章程》的规定，公司当年实现的可供分配利润为正值，且审计机构对公司年度财务报告出具了标准无保留意见的审计报告时，公司须提出现金分配方案，特殊情况除外（如发生重大投资计划或重大现金支出等）。

（3）在满足现金分红条件下，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（4）在上述现金股利分配之余，公司董事会可考虑采取送红股和公积金转增

股本等方式进行分配。公司发放股票股利应考虑现有股本规模，并注重股本扩张与业绩增长保持同步。

（5）公司董事会综合考虑各种因素并结合股东（特别是中小股东）、独立董事、监事的意见后制订利润分配方案，经审议通过后提交股东大会批准。

公司在符合上述分红条件情况下，因特殊原因而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、未用于分红的资金留存用途等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

（6）公司董事会制订现金分红方案时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真和邮件沟通等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（7）如存在股东违规占用公司资金情况的，公司应扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（8）公司在特殊情况下无法按照《公司章程》及本规划既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见，公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

4、分红回报规划的修订

公司分红回报规划经股东大会审议通过后，如果外部环境或者公司自身经营状况发生较大变化，董事会可以对分红规划进行调整，并经公司股东大会通过后实施。

公司董事会审议修改分红回报规划的议案时需经董事会全体董事三分之二以及独立董事三分之二以上表决通过，独立董事应发表独立意见。股东大会审议修改分红回报规划的议案时需经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司董事会原则上每三年制订一次利润分配计划，若外部环境或公司自身经营状况没有发生较大变化，可以参照最近一次经股东大会审议通过的利润分配计划执行，不另行制订。

5、分红回报规划的监督

公司股东、独立董事和监事会对董事会和管理层执行公司利润分配政策的情况和决策程序进行监督。

第十五章 其他重要事项

一、发行人的信息披露和投资者服务

根据相关法律法规的要求，本公司已建立与信息披露和投资者关系相关的管理制度，以确保信息披露和投资者关系管理系统化。

（一）责任机构

负责信息披露和投资者关系的部门：证券法律部

部门负责人：张晨

电话：0931—8773313

传真：0931—8773217

电子信箱：zhangchen@duzhe.cn

地址：甘肃省兰州市南滨河东路 520 号

（二）信息披露制度

按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，本公司制定了《读者出版传媒股份有限公司信息披露管理制度》，将严格按照相关规定披露信息。

本公司信息披露工作由董事会秘书负责。公开信息披露的形式包括定期报告和临时报告。年度报告、半年度报告、季度报告为定期报告，其他报告为临时报告。

本公司将严格遵循公开、公正、公平的原则，对所有股东真实、准确、完整、及时、公平地披露公司生产经营管理的重要信息和重大事项，忠诚履行持续信息披露的义务，确保投资者及时了解公司的发展动态，满足投资者进行投资决策、行使股东权利的需要，并通过信息披露推动公司发展。

（三）投资者关系管理制度

1、根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法

规和规范性文件的要求，本公司制定了《读者出版传媒股份有限公司投资者关系管理制度》，将严格按照相关规定加强与投资者和潜在投资者之间的信息沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平，以实现公司整体利益最大化和保护投资者合法权益的重要工作。

2、本公司投资者关系管理将遵循充分、合规披露信息，投资者机会均等，诚实守信，互相沟通等基本原则，运用各种媒体和现代通讯工具，采取多种互动方式，与各类投资者保持持续紧密的沟通，做好投资者服务工作。

3、本公司按照相关法律法规的要求，与投资者就公司的发展战略、法定信息披露及说明、公司依法可以披露的经营管理信息、公司可以依法披露的重大事项、企业文化建设以及公司其他方面相关信息进行沟通。

二、重大合同情况

截止本招股说明书签署日，本公司及各子公司正在履行或将要履行的合同标的金额达到 500 万元（含 500 万元），或者标的金额虽未达到 500 万元但对生产经营或本次发行及上市具有重要影响的重大合同或协议具体情况如下：

序号	合同双方	合同名称	主要内容	合同期限
	一、采购合同			
1	人民教育出版社有限公司/读者传媒	《义务教育教材代理协议》	读者传媒在甘肃省内代理人民教育出版社每年春秋两季《人教版中小学教学用书供型、供书计划总表》中所列的学生用书	2014.12 ~2017.11
2	人民教育出版社/读者传媒	《普通高中课程标准实验教材书书代理协议》	读者传媒在甘肃省内代理人民教育出版社每年春秋两季《人教版中小学教学用书供型、供书计划总表》中所列的普通高中课程标准实验教科书（必修）品种	2014.12 ~2017.11
3	旺财传媒/万达百货有限公司	《万达百货室内步行街 LCD 屏宣传资源有偿使用合同	旺财传媒有偿使用万达百货在国内万达广场的广告宣传资源	2014.10.1~ 2015.12.31

序号	合同双方	合同名称	主要内容	合同期限
4	读者传媒/北京申安投资集团有限公司	《“讲文明树新风”公益广告灯箱制作安装合同》	委托北京申安投资集团交付并安装灯箱	2014.1.7～
5	读者传媒（甘肃教育出版中心）/甘肃新华印刷厂	《教材印制协议》	甘肃新华印刷厂承担读者传媒2015年春季部分教材的印制工作	2014.05.23 至本季教材结算结束
6	读者传媒（甘肃教育出版中心）/兰州新华印刷厂	《教材印制协议》	兰州新华印刷厂承担读者传媒2015年春季部分教材的印制工作	2014.05.23 至本季教材结算结束
7	读者传媒（甘肃教育出版中心）/天水新华印刷厂	《教材印制协议》	天水新华印刷厂承担读者传媒2015年春季部分教材的印制工作	2014.05.23 至本季教材结算结束
8	读者传媒（读者杂志社）/中闻集团山东印务有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托中闻集团山东印务有限公司承担《读者》杂志 2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期
9	读者传媒（读者杂志社）/中闻集团南京印务有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托中闻集团南京印务有限公司承担《读者》杂志 2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期
10	读者传媒（读者杂志社）/北京盛通印刷股份有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托北京盛通印刷股份有限公司承担《读者》杂志 2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期
11	读者传媒（读者杂志社）/上海中华印刷有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托上海中华印刷有限公司承担《读者》杂志2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期
12	读者传媒（读者杂志社）/浙江新华数码印务有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托浙江新华数码印务有限公司承担《读者》杂志 2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期
13	读者传媒（读者杂志社）/深圳天之彩印刷有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托深圳天之彩印刷有限公司承担《读者》杂志2014年度在当地的分印工作	《读者》2014年第1期至第24期
14	读者传媒（读者杂志社）/四川新华彩色印务有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托四川新华彩色印务有限公司承担《读者》杂志 2015年度在当地的分印工作	《读者》2015年第1期至第24期

序号	合同双方	合同名称	主要内容	合同期限
15	读者传媒（读者杂志社）/兰州新华印刷厂	《读者》杂志印刷协议	委托兰州新华印刷厂承担《读者》杂志 2015 年度在当地的分印工作	《读者》2015 年第 1 期至第 24 期
16	读者传媒（读者杂志社）/贵州新华印务有限责任公司	《读者》杂志印刷协议	委托贵州新华印务有限责任公司承担《读者》杂志 2015 年度在当地的分印工作	《读者》2015 年第 1 期至第 24 期
17	读者传媒（读者杂志社）/中闻集团武汉印务有限公司	《读者》杂志印刷协议	委托中闻集团武汉印务有限公司承担《读者》杂志 2015 年度在当地的分印工作	《读者》2015 年第 1 期至第 24 期

二、销售合同

1	读者传媒/甘肃新华书店飞天传媒股份有限公司	《补充协议》	对原中小学教材、教辅发行事宜签订补充协议，延长协议有效期	至 2015 年春季教材、教辅发行工作结束
2	读者传媒/中国邮政集团公司	《期刊发行合同》	读者传媒委托中国邮政集团公司办理《读者》在全国统一发行工作	2012.01.01~
3	读者传媒/北京学友园中少报刊发行有限责任公司	《发行代理合同》	授权北京学友园独家代理《故事作文》（高年级版）和《故事作文》（低年级版）杂志的发行	2014.01.01 ~2018.12.31
4	读者传媒（读者杂志社）/甘肃省报刊发行局	期刊发行合同	读者传媒委托甘肃省报刊发行局办理《读者》在甘肃省统一发行工作	2015.1.1 ~ 2015.12.31
5	读者传媒（读者杂志社）/北京盛通印刷股份有限公司	2015 年《读者》纸张购销协议	向北京盛通印刷股份有限公司销售纸张，按实际到货数量结算	2014.12 ~ 2015.11
6	读者传媒（读者杂志社）/兰州新华印刷厂	2015 年《读者》纸张购销协议	向兰州新华印刷厂销售纸张，按实际到货数量结算	2014.12 ~ 2015.11
7	读者传媒（读者杂志社）/中闻集团南京印务有限公司	2015 年《读者》纸张购销协议	向中闻集团南京印务有限公司销售纸张，按照实际到货数量结算	2014.12 ~ 2015.11
8	读者传媒（读者杂志社）/深圳天之彩印刷有限公司	2015 年《读者》纸张购销协议	向深圳天之彩印刷有限公司销售纸张，按照实际到货数量结算	2014.12 ~ 2015.11

序号	合同双方	合同名称	主要内容	合同期限
9	教育社有限/甘肃骄阳图书发行有限公司	《图书批销合同》	教育社有限委托乙方销售图书	2014.7.1 ~ 2015.6.30
序号	合同双方	合同名称	主要内容	合同期限
三、其他合同				
1	读者传媒/浙江唐德影视股份有限公司	《电视剧<广州十三行>联合投资摄制合同》	双方合作共同投资摄制电视连续剧《广州十三行》（暂定名）	2012.09.13~
2	读者传媒/国家开发银行	人民币资金借款合同	读者传媒获得国家开发银行1亿元人民币贷款授信	2012.12.25 ~2020.12.24
3	旺财传媒/北京国际信托有限公司	《北京信托·睿盈九号集合资金信托计划》	旺财传媒参与投资北京信托集合资金信托计划	自信托计划成立之日起 36个月

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司无对外担保。

四、诉讼和仲裁事项

（一）发行人的诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼或仲裁事项。

（二）发行人控股股东或实际控制人涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东或实际控制人不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼或仲裁事项。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员涉及的重大诉讼、仲裁事项或刑事诉讼

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项或刑事诉讼。

五、行政处罚

报告期内，发行人除受到下列行政处罚外，无其他因违反国家法律、法规而

受到行政处罚的情形：

2013 年 5 月 29 日，子公司美术社有限、人民社有限、科技社有限、文艺社有限、民族社有限和教育社有限因部分图书编校质量不合格，受到甘肃省新闻出版广电局的行政处罚，分别被罚款 8,500 元、5,000 元、1,000 元、4,500 元、4,000 元和 2,500 元。

2013 年 12 月 25 日，甘肃省新闻出版广电局对教育社有限作出处罚决定，认定其出版的《藏族传统教育发展研究》一书编校质量不合格，决定罚款 1,000 元。

2014 年 12 月 30 日，国家新闻出版广电总局对子公司教育社有限作出处罚决定，认定其出版的《名校学案：人教版·课堂练习检测·地理·八年级·上》一书编校质量不合格，决定予以警告处罚。

发行人律师对上述行政处罚进行了核查，认为：发行人被处罚子公司违法行为已被纠正，所有罚款均已足额缴纳。发行人上述违法行为不构成重大违法行为，不会对发行人及其子公司的经营造成重大不利影响，且甘肃省新闻出版广电局已出具证明说明其所作出的行政处罚并非重大行政处罚。因此，不会对本次发行上市构成法律障碍或风险。

经核查，保荐机构认为：发行人在报告期内因部分图书编校质量不合格违反原新闻出版总署《图书质量管理规定》，而受到行政处罚，公司已经履行处罚决定并且采取有效措施整改。发行人上述行为不构成重大违法行为，所受行政处罚情节亦不严重。甘肃省新闻出版广电局已出具证明，确认其所作出的行政处罚不影响公司正常图书出版发行工作及日常经营管理，不属于重大行政处罚。因此，上述行政处罚对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司全体董事签名：

吉西平	彭长城	陈泽奎
马永强	王卫平	陈海平
刘 立	陈芳平	李宗义

读者出版传媒股份有限公司

2015年 7月 13日

本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司全体监事签名：

徐生旺　　曾乐虎　　赵　金

郭　平　　宁　恢

本公司除董事、监事外的全体高级管理人员签名：

张　晨

读者出版传媒股份有限公司

2015 年 5 月 15 日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

李晓安

保荐代表人：

陈立浩　　党　芃

项目协办人：

张　鹏

华龙证券股份有限公司

2017 年 5 月 15 日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律所负责人：

赵荣春

签字律师：

张兴武　　张　军

甘肃正天合律师事务所

2015年3月25日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计事务所负责人：

张增刚

签字会计师：

齐俊娟 吴建玲

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年 5 月 12 日

五、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读读者出版传媒股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

曹 宇

注册资产评估师：

王建和

李勇军

陆湘培

北京中科华资产评估有限公司

2015 年 5 月 13 日

说 明

目前北京中科华资产评估有限公司出具的资产评估报告中签字注册资产评估师李勇军已经调离本单位、陆湘培已经到年龄离职，故读者出版传媒股份有限公司本次上市申请文件中资产评估机构声明中李勇军、陆湘培未签字，特此说明。

北京中科华资产评估有限公司

2015 年 5 月 13 日

六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人：

张增刚

经办注册会计师：

王建宾 齐俊娟 高明来

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

2015年 5月 13日

说 明

目前中喜会计师事务所（特殊普通合伙）出具的验资报告中签字注册会计师刘淑君、王建光、张庆瑞已经离职，故读者出版传媒股份有限公司本次上市申请文件中验资机构声明中刘淑君、王建光、张庆瑞未签字，特此说明。

中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年 5月13日

七、土地估价机构声明

本机构及签字注册土地估价师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的土地估价报告无矛盾之处。本机构及签字注册土地估价师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的土地估价报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

估价机构负责人：

李文新

中国注册土地估价师 李文新 (2002620022)

注册土地估价师：

陈 晖

中国注册土地估价师 陈 晖 (98280035)

陈 晖 刘永新

甘肃方家不动产评估咨询有限公司

2015 年 5 月 13 日

说 明

目前甘肃方家不动产评估咨询有限公司出具的土地估价报告中签字注册土地估价师刘永新已经离职，故读者出版传媒股份有限公司本次上市申请文件中土地估价机构声明中刘永新未签字，特此说明。

甘肃方家不动产评估咨询有限公司

2015年5月13日

第十七节 附录和备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上进行披露，具体如下：

1、发行保荐书及发行保荐工作报告；

2、财务报表及审计报告；

3、内部控制鉴证报告；

4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

5、法律意见书及律师工作报告；

6、公司章程（草案）；

7、中国证监会核准本次发行的文件；

8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间和地点

（一）查阅时间

工作日：上午 9:30~11:30，下午 2:00~5:00。

（二）查阅地点

1、发行人：读者出版传媒股份有限公司

联系地址：兰州市城关区南滨河东路 520 号

联 系 人：张晨、刘顺芳

电 话：0931—8773313

传 真：0931—8773217

2、主承销商：华龙证券股份有限公司

联系地址：上海市浦东大道 720 号国际航运金融大厦 11 楼 L、M、N 座

联 系 人：陈立浩、党芃