

PRE

2010

中国出版业及私募股权投资 投资机会剖析 专题研究报告

中国出版业及私募股权投资机会剖析专题研究报告

目 录

专题研究

	2010年中国出版业及私募股权投资机会剖析专题研究
1	1.1 中国出版业概况介绍
1	1.1.1 中国出版业定义
2	1.1.2 中国出版业分类
3	1.1.3 中国出版业PEST分析
8	1.2 中国出版业发展现状
8	1.2.1 中国出版业发展历程
10	1.2.2 中国出版业剖析
24	1.3 中国出版业私募股权投资机会分析
24	1.3.1 2002年以来中国出版业私募股权投资概况
25	1.3.2 典型案例分析
27	1.3.3 中国出版业私募股权投资机会剖析
33	1.4 中国出版业投资风险提示
33	1.4.1 政策风险
34	1.4.2 技术风险
35	1.4.3 各销售渠道之间的恶性竞争
35	1.4.4 盗版问题猖獗
35	1.4.5 扩张风险

发行人

创办人暨首席执行官 倪正东

报告撰写

分析师 段宁宁 傅 喆

版面设计

美术编辑 赵 妍

研究联系

86-10-84580476 转 8073
xinghuafu@zero2ipo.com.cn

销售联系

86-10-84580478 转 8070
zhangjiayuan@zero2ipo.com.cn



图 目 录

图1.1.3.2.1	1996-2009年城镇人均可支配收入(元)	5
图1.1.3.2.2	1978—2005年中国图书出版产业整体发展情况	6
图1.1.3.3.1	2001-2008年我国15岁及15岁以上文盲人口比例	7
图1.1.3.3.2	世界部分地区人均购书册数和金额比较	7
图1.2.2.2.2.1	传统出版产业链	14
图1.2.2.2.2.2	数字出版产业链	17
图1.3.3.5.1	2005-2008年中国出版业出版物出口数量及金额	31
图1.3.3.5.2	2005-2008年中国出版业版权输出种类	32

表 目 录

表1.1.3.1.1	2008年至今中国出版业相关支持政策梳理	3
表1.2.2.1.1	2003年-2008年中国出版业基本数据	10
表1.2.2.2.1.1	我国出版发行单位设立条件	12
表1.2.2.2.2.1	出版成本	15
表1.2.2.4.1.1	国内上市出版机构统计	20
表1.2.2.4.1.2	上市规则比较	21
表1.2.2.4.1.3	已完成改制并启动上市工作的出版集团	22
表1.2.2.4.1.3	已完成改制并启动上市工作的出版集团	22
表1.2.2.4.2.1	具发展潜力的民营出版企业-传统出版类	23
表1.2.2.4.2.2	具发展潜力的民营出版企业-数字出版类	24
表1.3.1.1	2002年以来中国出版业私募股权投资案例	25
表1.3.3.5.1	中国出版企业海外投资模式	32

中国出版业及私募股权投资机会剖析专题研究

私募股权投资行业是一个与国家政策导向强相关的行业，不同时期国家政策趋势的改变将直接影响到私募股权行业的发展。政策惠及哪个产业，这个产业就会与私募股权基金走的最近。处于后危机时代的今天，中央及各地方政府密集出台的多项关于产业振兴的前瞻性的引导政策，正吸引着无数活跃在中国大陆的私募股权基金们的眼球。而2010年初由新闻出版总署下发的《新闻出版总署关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》（下称“指导意见”），使得大家将目光聚焦到了中国的出版业。这个被业内诠释为中国出版产业发展纲领性的文件，为我国出版产业将来的发展勾勒出了一幅蓝图。我们相信，随着出版业政策拐点的逐步显现，出版业蕴藏的巨大私募股权投资价值也将进一步释放。

1.1 中国出版业概况介绍

1.1.1 中国出版业定义

根据我国《出版管理条例》，出版活动指的是出版物的出版、印刷或者复制、进口、发行，而出版物则包括报纸、期刊、图书、音像制品以及电子出版物等。对于出版产业的定义则包括广义与狭义两种，其中广义的出版产业泛指出版企业单位（如出版、印刷、发行）、出版事业单位（包括出版教育、研究部门）和出版行政管理机关，狭义出版产业只包括出版企业。本研究报告主要针对的是狭义上的出版产业。由于随着数字出版等新兴业态的快速崛起，出版行业的业务范围已经大幅扩展，所包含企业也由传统的出版、印刷和发行单位扩大到了内容运营平台及终端厂商等关联行业，本报告也将围绕这些行业进行研究与探讨。

出版产业是现代文化产业的重要组成部分，具有自身的特征：

（1）出版业是文化产业的重要组成部分。文化是人类在社会历史发展进程中所创造的物质和精神财富的总和。文化与经济的有机结合，形成具有不同分工、不同层次的文化产业规模。广义的文化产业是一个集合概念，凡与文化积累、文化传播相关的经济活动都属文化产业的范畴。出版业以积累和传播人类社会的文化财富为己任，以货币交换方式通过市场实现出版生产目的，与新闻、影视、表演、艺术等专业部门一样，均为文化产业的子部门。当今世界经济增长方式比以往任何时候都更加依赖知识的生产、扩散和利用，整个社会的发展对知识依赖程度日益加强，出版业在整个国民经济中的地位必然会更加重要。在我国现阶段，出版部门既具有事业部门的性质，是属于国家与省（区、市）出版职能部门主管的、代表国家利益、有行政建制的社会团体，又是企业制独立核算的经营实体。这种特殊性使它的法人代表既有政府官员——公务员的社会人的身份特征；同时又具有文化经纪人的一般属性特征。

(2) **出版业具有信息产业特征。**出版业是生产书、刊、音像、电子等出版物的单位，不论是书、刊等以纸为介质的传统出版物，还是音像、电子等新兴出版物，都是各种知识和信息的载体。在信息时代，人们习惯于通过电子手段来工作、学习、生活，包括获取知识和信息。作为具有传播媒介特征的出版业，势必要适应这种先进的传播模式。随着互联网和通信技术的发展，新媒体的重要功能之一——出版传播功能得到了凸显，在如今的新媒体范畴中频频出现的“网络出版”、“数字出版”、“电子出版”、“互联网出版”、“手机出版”和“跨媒体出版”等概念就是最好的体现。

(3) **出版业资本化特征日益凸显。**出版业虽具有较强的文化产业属性，但是，在图书音像市场上又是分别以现货、期货形式直接为其他社会发行网点或消费者提供批发或零售服务的，其市场行为具有资本化的基本属性。出版业同时包含着经济方面的重要内容。在国际上，知识巨头们控制下的出版活动已经完全产业化，产业化使出版的文化色彩不断淡化，商业味日益浓烈。在一本书的出版行为中，作者和编辑不再居高临下，策划和营销专家走上了前台。在出版社的活动中，资本运作——融资、并购、投资、经营、管理等也走上了前台，而核心业务——编辑、印刷、发行等以资本经营的形式出现。赢利成了其核心的目的之一。在经营上，出版业将从具体的书、刊、光盘、E-Book等出版形式中解脱出来，升华为资本的运动。

1.1.2 中国出版业分类

由于出版业是一个综合性很强的行业，出版产业与许多产业紧密相连，为了将出版业态阐释清楚，笔者认为有必要从多个维度对出版业的分类进行划分：

☆ 按照发展业态划分，中国出版业分为传统出版业和现代出版业。传统出版业以图书出版为主，出版活动的技术性不强，出版单位往往依靠垄断出版资源来获得利润，市场化程度不明显。现代出版业的出版形式多样，数字化趋势显著，管理方式现代化，以及网络等技术应用催生的多媒体集团化出版，行业部门的运营高度市场化。数字出版业是现代出版业的重要组成部分。

☆ 按照出版目的划分，中国出版业可划分为宣传导向型、社会服务型与商业经营型共三大类型。宣传导向型的出版内容比较严肃健康，以形式比较单调的党报、党刊、国家文件、文献、公报和法律文本等为主。社会服务型的出版内容以时政新闻、知识、教育等方面的学术理论报刊、文史资料和学术专著等为主。以上两种出版单位多为事业单位或者政府财政支持的企业，一般不以盈利为目的。商业经营型出版与意识形态关联较小，以盈利为目的，出版内容丰富且形式多样，以IT/财经、娱乐休闲、技术专业等内容的出版为主。

☆ 按照出版功能划分，中国出版业分为大众出版、教育出版和专业出版。大众出版是指与大众的日常生活、休闲阅读以及文化体验相关的出版。教育出版是指与学习、教育及培训有关的出版。教育图书通常以知识深浅程度和门类为分类标准，主要分为基础教育出版和高等教育出版两大门类。

类，后者还常常把职业教育和终身学习读物的出版涵盖进去。专业出版是指与职业和行业有关的出版，是最专、最深、最细分的出版，常常被笼统称为学术出版或科技出版。

1.1.3 中国出版业PEST分析

1.1.3.1 政治因素

长期以来，我国一直把出版单位定位在事业单位。改革开放后，受到市场大潮的冲击，又开始实行“事业单位企业化管理”，形成了带有浓厚保护色彩的“双重管理”制度，在一定时期内促进了出版业的繁荣，但更多的是带来了倒卖书号、无大型出版集团、国有出版企业业绩平平等一系列难以回避的事实性弊端，不利于出版业健康、快速发展。当时，出版行政管理所依据的主要法规是《中华人民共和国著作权法》、《出版管理条例》、《印刷管理条例》、《音像制品管理条例》以及各省（市、区）的相关地方法规，但适应社会主义市场经济和世界贸易组织要求的出版法律法规体系、宏观管理机制尚未完全建立。

自2008年以来，中国的出版业进入实质性改革阶段，方方面面的政策法规出台速度明显加快，通过这一系列新政导向的转变，我们可以看到出版业政策性拐点已经显现。

表1.1.3.1.1 2008年至今中国出版业相关支持政策梳理

法律法规	发布时间	发布单位	注释
《电子出版物出版管理规定》	2008-02-21	新闻出版总署	加强对电子出版物出版活动的管理，促进电子出版事业的健康发展与繁荣。
《音像制品制作管理规定》	2008-02-21	新闻出版总署	加强音像制品制作经营活动的管理，促进音像制品制作行业的发展和繁荣。
《图书出版管理规定》	2008-02-21	新闻出版总署	规范图书出版，加强对图书出版的监督管理，促进图书出版的发展和繁荣。
《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和支持文化企业发展两个规定的通知》	2008-10-12	国务院办公厅	涉及国有资产文化资产管理、资产和土地处置、收入分配、社会保障、人员分配安置、财政税收、法人登记、工商管理等方面，为文化体制改革和文化发展提供了政策支持。
<关于《设立外商投资印刷企业暂行规定》的补充规定>	2008-11-12	新闻出版总署、商务部	促进香港、澳门与内地建立更紧密经贸关系、鼓励香港、澳门服务提供者在内陆设立商业企业。
《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》	2009-03-25	新闻出版总署	推动经营型新闻出版单位转制，重塑市场主体；推进联合重组，加快培育出版传媒骨干企业和战略投资者；引导非公有出版工作室健康发展，发展新兴出版生产力；扩大对外交流，积极实施“走出去”战略。
《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》	2009-03-26	财政部、国家税务总局	文化单位转制后将享受税收优惠。
《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》	2009-03-27	财政部、海关总署、国家税务总局	明确了文化体制改革企业所得税的优惠政策，尤其对党报、党刊剥离发行、印刷业务组建的新企业的税收优惠做出规定。

续下页表

接上页表

法律法规	发布时间	发布单位	注释
《关于深化中央各部门各单位出版社体制改革的意见》	2009-04-09	中共中央办公厅、国务院办公厅	明确要求除人民出版社、民族出版社、中国盲文出版社、中国藏学出版社4家出版社保留事业体制外，其他经营性出版单位全部转制为企业。
《复制管理办法》	2009-06-30	新闻出版总署	加强管理，促进我国复制业健康发展。
《文化产业振兴规划》	2009-07-22	国务院	规定了振兴文化产业的八项重点任务，五项政策措施、四项保障条件，为未来几年我国文化产业发展确定了总体目标。
<关于《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》的补充规定（二）>	2009-08-20	新闻出版总署、商务部	促进香港、澳门与内地建立更紧密经贸关系，鼓励香港、澳门服务提供者在内地设立商业企业。
<关于《中外合作音像制品分销企业管理办法》的补充规定>	2009-08-20	新闻出版总署、商务部	促进香港、澳门与内地建立更紧密经贸关系，鼓励香港、澳门服务提供者在内地设立商业企业。
《文化部文化产业投资指导目录》	2009-09-08	文化部	详细列出了鼓励与限制的文化产业类别。
《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》	2010-01-01	新闻出版总署	按照中央提出的转变经济发展方式和调整经济结构，提高经济发展质量和效益的要求。
《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010-3-19	中央宣传部、中国人民银行、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会、保监会	在信贷投放、授信模式、资本市场、文化产业保险市场和支文化产业发展的配套机制等多方面促进文化产业的发展。

来源：清科研究中心 2010.07

www.zero2ipo.com.cn

其中最重要的两项政策当属《文化产业振兴规划》和《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》。《文化产业振兴规划》明确表示支持有条件的文化企业进入主板、创业板上市融资，鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。支持符合条件的文化企业发行企业债券，以资本为纽带推进文化企业兼并重组，力争形成一批跨地区跨行业经营、有较强市场竞争力、产值超百亿元的骨干文化企业和企业集团。

对于出版业，《文化产业振兴规划》中表明要推动产业结构调整 and 升级，加快从主要依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物的数字出版产业转型。预计未来出版发行行业跨地区联合重组的步伐会加快，目前在A股上市的时代出版、出版传媒，在香港上市的新华文轩的跨地区发展和向相关产业链环节扩展的计划将得到实质支持。

《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》指出，进一步推进新闻出版产业发展的主要任务包括：发展图书、报纸、期刊等纸介质传统出版产业；发展数字出版等非纸介质战略性新兴产业；发展动漫、游戏出版产业；发展印刷、复制产业；发展新闻出版流通、物流产业。从而覆盖出版业全产业链。同时明确五项目标，包括：“十二五”末实现新闻出版产业增加值比2006年翻两番；形成一批拥有自主知识产权、知名品牌以及有较强国际竞争力的骨干新闻出版企业；数字、

网络、手机出版等战略新兴出版业达到世界先进水平；基本建立现代出版物市场体系和现代传播体系；基本扭转新闻出版产品和服务的出口逆差状况。六大措施包括：拓宽非公有资本参与渠道；培育六七家双百亿跨国出版传媒集团；多渠道构建融资环境；以高新技术促进结构调整；实施重大项目建设；建设产业集群。其中针对非公有资本进入新闻出版产业，强调“引导”和“有序”。参与方式包括“内容提供、项目合作、作为国有出版企业一个部门等”，进入领域限于“科技、财经、教辅、音乐艺术、少儿读物等专业图书出版活动”，而不包括社科类。

对于出版业，《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》，从政策上大力鼓励企业做大做强，用3-5年时间，着力培育出六七家资产超过百亿、销售超过百亿的国内一流、国际知名的大型出版传媒企业。除明确为公益性的图书、音像制品和电子出版物出版单位外，所有地方和高等院校经营性图书、音像制品和电子出版物出版单位在2009年年底前完成转制，所有中央各部门各单位经营性图书、音像制品和电子出版物出版单位2010年年底前完成转制。

1.1.3.2 经济因素

经济学从消费支出的刚性角度把商品分成必需品和超必需品两大类。顾名思义，前者是维持日常生活所不可缺少的商品，它反映的是人类基本的生活需求，比如衣食住行等；后者相对而言则是日常生活中可有可无的，它反映的是人类较高层次的需求，比如阅读、听音乐、旅游等。而出版业的产品具有明显的超必需品的特征，因此与人均国民收入水平、社会消费品零售总额等宏观经济指标呈显著的正相关关系。

图1.1.3.2.1 1996-2009年城镇人均可支配收入（元）



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16540



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn