

传统业务盈利稳健，数字化转型开辟新天地

投资要点

- 国内图书期刊出版发行行业龙头。**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，历经30多年的发展，公司主要产品《读者》期刊的月发行量由最初的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。公司创立的“读者”品牌在国内获得了广泛认同，并不断获得各权威机构的认可，在世界品牌实验室举办的“2013年第十届中国500家最具价值品牌”评选中，“读者”品牌价值达到115.45亿元。
- 政策激励不断，市场持续繁荣。**公司所在出版行业具有行业壁垒高、行业集中度较低以及受政策驱动明显的特点。同时我国人口基数庞大，阅读需求快速增长，期刊图书出版发行市场不断扩容。据统计，2014年新出版期刊和图书分别为9966种和44.8万种，均较上年增长了1%左右。预计到2015年末，我国每年期刊消费总量将达到42亿册，并以年均4%的速度保持增长，随着行业天花板不断提高，公司拥有广阔的发展空间。
- 产品线丰富，技术与运营经验行业领先。**公司自创刊经过三十多年的发展，不断在期刊领域探索经营的新模式，针对不同读者人群的细分市场丰富自己的产品体系，目前，公司已经建立了以《读者》为核心的刊群。同时，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，公司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来保障《读者》惯有编辑风格与出版特色。据统计，在图书期刊出版发行行业集中度很低的背景下，截止2014年末公司的核心产品《读者》期刊市占率达到了2.5%。
- 实现全媒体布局，打造“内容平台+智能终端”新型数字出版生态圈。**全球数字出版产业处在迅猛发展阶段，传统出版与数字出版的融合不断深入，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文化产业的主要传播渠道。在期刊图书等出版物越来越多被打上数字化和智能化烙印的趋势下，公司在开拓新的业务渠道以及将传统业务与新兴技术相结合方面不断有所突破。
- 盈利预测与估值。**结合公司目前业绩情况以及未来发展预期，我们预计公司2015-2017年摊薄后的eps分别为0.62元、0.75元和0.84元。参照可比公司中文传媒(600373)、时代出版(600551)等公司的估值水平，考虑公司的成长性，我们给予公司2015年22-26倍市盈率，对应合理询价区间为13.64元~16.12元。
- 风险提示：**纸媒业务增长或不及预期；数字出版业务增长或不及预期；募投项目进展或不及预期。

指标年度	2014A	2015E	2016E	2017E
营业收入(百万元)	759.17	876.22	1039.03	1230.98
增长率	-12.91%	15.42%	18.58%	18.47%
归属母公司净利润(百万元)	141.20	148.37	178.92	202.39
增长率	-13.85%	5.08%	20.59%	13.12%
每股收益EPS(元)	0.59	0.62	0.75	0.84
净资产收益率ROE	13.74%	12.57%	13.48%	13.58%
PE	0	0	0	0
PB	0.00	0.00	0.00	0.00

数据来源：Wind，西南证券

西南证券研究发展中心

分析师：熊莉

执业证号：S1250514080002

电话：023-63786278

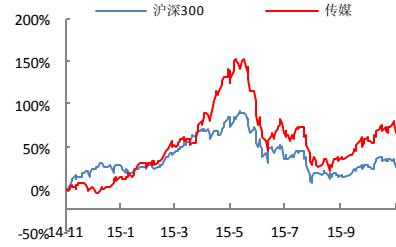
邮箱：xiongl@swsc.com.cn

联系人：常潇雅

电话：021-68415380

邮箱：cxy@swsc.com.cn

所属行业市场表现



数据来源：西南证券

本次发行情况

发行前总股本(万股)	18000
本次发行(万股)	6000
发行后总股本(万股)	-
2014年每股收益(摊薄后)(元)	0.78
2014年扣除非经常性损益后的每股收益(摊薄后)(元)	0.66

主要指标(2014年)

每股净资产(元)	5.44
毛利率(%)	27.58
流动比率(倍)	4.74
速动比率(倍)	4.31
应收账款周转率(次)	5.59
资产负债率(合并报表)(%)	25.0
净资产收益率(加权平均)(%)	15.24

相关研究

目 录

1. 公司概况：图书期刊出版发行行业龙头	1
2. 市场分析：政策激励不断，出版行业持续繁荣.....	1
2.1 定位文化产业，顺政策风向而行.....	1
2.2 全民阅读是趋势，市场需求增长迅速.....	2
3. 产品线丰富，技术与运营经验行业领先	2
4. 实现全媒体布局，打造新型数字出版生态圈	3
4.1 开发互联网新渠道	3
4.2 “内容平台+智能终端”新模式，构建数字出版生态圈.....	3
5. 募投项目促进新老业务协同发展	3
6. 盈利预测与估值.....	4

图 目 录

图 1：公司 2011-2015Q3 营收情况（万元）	1
图 2：公司 2014 年各产品收入占比.....	1

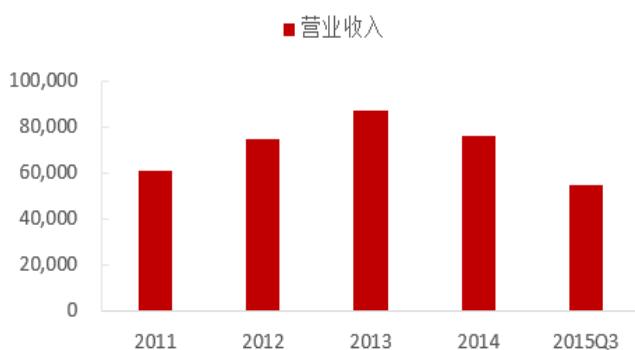
表 目 录

表 1：公司的期刊产品体系	2
表 2：公司募投项目情况.....	3
附表：财务预测与估值	5

1. 公司概况：图书期刊出版发行行业龙头

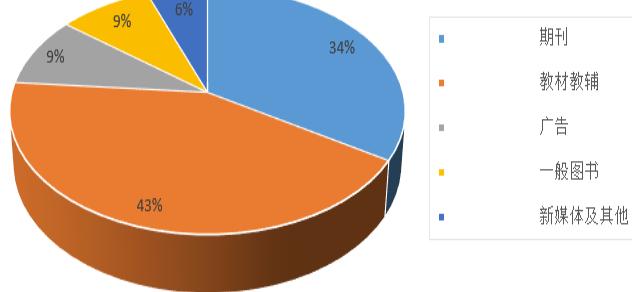
公司主要从事期刊、图书(含教材教辅及一般图书)出版物的出版和发行，历经 30 多年的发展，公司主要产品《读者》期刊的月发行量由最初的 3 万册发展至目前的 700 多万册，位居中国期刊发行前列，截至 2014 年底，期刊累计出版发行已超 16 亿册。公司创立的“读者”品牌在国内获得了广泛认同，并不断获得各权威机构的认可，在世界品牌实验室举办的“2013 年第十届中国 500 家最具价值品牌”评选中，“读者”品牌价值达到 115.45 亿元。

图 1：公司 2011-2015Q3 营收情况（万元）



数据来源：公司公告，西南证券

图 2：公司 2014 年各产品收入占比



数据来源：公司公告，西南证券

公司营收在 2014 年下滑明显是因为公司为避免市场风险，暂停了公司的手机业务。公司的产品以期刊和教材教辅为主，二者为公司带来的收入占公司总营收的 80%。

2. 市场分析：政策激励不断，出版行业持续繁荣

公司所在出版行业具有行业壁垒高、行业集中度较低以及受政策驱动明显的特点。同时我国人口基数庞大，阅读需求快速增长，期刊图书出版发行市场不断扩容。据统计，2014 年新出版期刊和图书分别为 9966 种和 44.8 万种，均较上年增长了 1% 左右。预计到 2015 年末，我国每年期刊消费总量将达到 42 亿册，并以年均 4% 的速度保持增长，随着行业天花板不断提高，公司拥有广阔的发展空间。

2.1 定位文化产业，顺政策风向而行

公司自成立以来便立足文化产业发展，长期处于行业龙头地位。公司的教材教辅、期刊等产品一直为传播主流价值观以及青少年教育事业做出较大贡献。国家对于文化产业始终保持着高度重视的态度，大力度的行业扶持政策相继出台，公司也将显著受益于行业发展。

新闻出版业“十二五规划”的提出为行业发展注入强大动力，其明确了出版业在十二五期间发展的三个主要目标：一是发展新闻出版业的新业态，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；二是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；三是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。十二五期间，新闻出版产业取得长足发展。近期政府讨论制定“十三五规划”的过程中，新闻出版业依然被定位于重点发展领域，“互联网+”在新闻出版领域的应用成为了

重点讨论的内容，预计将传统出版产业与互联网新技术相结合，从而实现在出版的载体、渠道等方面创新将是“十三五规划”中的重点内容。由此看来，公司的发展战略与政府政策目标高度契合，政策支持使公司的业绩增长有所保障。

2.2 全民阅读是趋势，市场需求增长迅速

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。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》中明确提出：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。2010年至2014年，公司累计出版各类图书15616个品种，总发行量达38295.23万册，至今共有42种图书获得全国和中央级奖励。同时，公司是甘肃最大的中小学教材发行代理单位，并逐步将市场向全国更大范围拓展。

3. 产品线丰富，技术与运营经验行业领先

公司自创刊经过三十多年的发展，不断在期刊领域探索经营的新模式，针对不同读者人群的细分市场丰富自己的产品体系，目前，公司已经建立了以《读者》为核心的刊群。

表1：公司的期刊产品体系

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，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	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

数据来源：公司资料，西南证券

在满足科技、漫画、青少年阅读、老年人情感关怀等消费需求方面公司均推出了相应的期刊产品。公司极大地挖掘出了“读者”这一品牌的商业价值，在图书期刊出版发行行业整体向好发展的背景下，公司可能在诸多细分行业取得业绩增长。

在不断丰富产品体系的同时，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，公司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来保障《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。据统计，在图书期刊出版发行行业集中度很低的背景下，截止 2014 年末公司的核心产品《读者》期刊市占率达到了 2.5%。

4. 实现全媒体布局，打造新型数字出版生态圈

全球数字出版产业处在迅猛发展阶段，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文化产业的主要传播渠道。在期刊图书等出版物越来越多被打上数字化和智能化烙印的趋势下，公司在开拓新的业务渠道以及将主营业务与新兴技术相结合方面不断有所突破。

4.1 开发互联网新渠道

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。

4.2 “内容平台+智能终端”新模式，构建数字出版生态圈

公司自 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四代电纸书和平板电脑，两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。

5. 募投项目促进新老业务协同发展

为了适应广大读者阅读需求多样化的趋势，扩大期刊产品市场覆盖范围并且加快公司向数字化转型的进程，公司预计将发行新股募得资金投入刊群建设出版、数字出版等项目。

表 2：公司募投项目情况

序号	募投项目名称	募集资金使用量（万元）
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	4605.60
	合计	50,407.61

数据来源：公司资料，西南证券

6. 盈利预测与估值

关键假设：

- (1) 我国居民对期刊及一般图书的阅读需求保持稳定；
- (2) 公司的数字出版业务进展顺利。

预测与估值：结合公司目前业绩情况以及未来发展预期，我们预计公司 2015-2017 年摊薄后的 eps 分别为 0.62 元、0.75 元和 0.84 元。参照可比公司中文传媒（600373）、时代出版（600551）等公司的估值水平，考虑公司的成长性，我们给予公司 2015 年 22~26 倍市盈率，对应合理询价区间为 13.64 元~16.12 元。

风险提示：纸媒业务增长或不及预期；数字出版业务增长或不及预期；募投项目进展或不及预期。

附表：财务预测与估值

利润表 (百万元)	2014A	2015E	2016E	2017E	现金流量表 (百万元)	2014A	2015E	2016E	2017E
营业收入	759.17	876.22	1039.03	1230.98	净利润	137.84	148.37	178.92	202.39
营业成本	549.75	588.45	703.35	850.81	折旧与摊销	11.92	32.69	32.69	32.69
营业税金及附加	4.10	5.89	6.59	7.77	财务费用	-1.98	59.17	55.71	52.39
销售费用	20.90	24.26	28.46	33.86	资产减值损失	6.76	0.00	0.00	0.00
管理费用	70.33	78.64	94.25	111.27	经营营运资本变动	-4.56	-19.21	-21.44	-18.95
财务费用	-1.98	59.17	55.71	52.39	其他	-31.20	-1.32	0.32	0.06
资产减值损失	6.76	0.00	0.00	0.00	经营活动现金流净额	118.78	219.70	246.20	268.57
投资收益	4.25	0.00	0.00	0.00	资本支出	-59.36	0.00	0.00	0.00
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00	其他	92.70	0.00	0.00	0.00
其他经营损益	0.00	0.00	0.00	0.00	投资活动现金流净额	33.34	0.00	0.00	0.00
营业利润	113.56	119.82	150.66	174.88	短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00
其他非经营损益	25.22	29.12	28.97	28.39	长期借款	-3.00	0.00	0.00	0.00
利润总额	138.78	148.94	179.63	203.28	股权融资	0.08	60.00	0.00	0.00
所得税	0.94	0.57	0.71	0.89	支付股利	-36.00	-31.01	-32.59	-39.30
净利润	137.84	148.37	178.92	202.39	其他	-4.95	-59.17	-55.71	-52.39
少数股东损益	-3.36	0.00	0.00	0.00	筹资活动现金流净额	-43.87	-30.18	-88.30	-91.69
归属母公司股东净利润	141.20	148.37	178.92	202.39	现金流量净额	108.25	189.52	157.90	176.88
资产负债表 (百万元)	2014A	2015E	2016E	2017E					
货币资金	651.84	841.35	999.25	1176.14	财务分析指标	2014A	2015E	2016E	2017E
应收和预付款项	157.91	162.81	198.40	235.93	成长能力	-12.91%	15.42%	18.58%	18.47%
存货	83.80	91.88	111.64	137.34	销售收入增长率	-9.46%	5.50%	25.75%	16.08%
其他流动资产	22.72	26.22	31.09	36.83	营业利润增长率	-14.73%	7.64%	20.59%	13.12%
长期股权投资	26.89	26.89	26.89	26.89	净利润增长率	-6.38%	71.39%	12.94%	8.74%
投资性房地产	14.03	14.03	14.03	14.03	EBITDA 增长率				
固定资产和在建工程	309.25	280.11	250.98	221.85	获利能力	27.58%	32.84%	32.31%	30.88%
无形资产和开发支出	36.30	32.75	29.19	25.64	毛利率	11.76%	18.50%	17.17%	16.05%
其他非流动资产	35.02	35.02	35.02	35.02	三费率	18.16%	16.93%	17.22%	16.44%
资产总计	1337.76	1511.07	1696.51	1909.68	净利率	13.74%	12.57%	13.48%	13.58%
短期借款	0.00	0.00	0.00	0.00	ROE	10.30%	9.82%	10.55%	10.60%
应付和预收款项	182.59	177.79	214.64	261.83	ROA	26.90%	41.93%	48.10%	52.32%
长期借款	74.00	74.00	74.00	74.00	ROIC	16.27%	24.16%	23.01%	21.12%
其他负债	77.81	78.56	80.82	83.70	EBITDA/销售收入				
负债合计	334.40	330.35	369.46	419.54	营运能力	0.60	0.62	0.65	0.68
股本	180.00	240.00	240.00	240.00	总资产周转率	4.24	2.97	3.91	5.21
资本公积	166.54	166.54	166.54	166.54	固定资产周转率	5.59	6.24	6.50	6.43
留存收益	632.49	749.85	896.19	1059.28	应收账款周转率	6.02	5.92	6.23	6.27
归属母公司股东权益	979.03	1156.39	1302.73	1465.82	存货周转率	88.63%	—	—	—
少数股东权益	24.32	24.32	24.32	24.32	销售商品提供劳务现金营业收入				
股东权益合计	1003.36	1180.72	1327.05	1490.14	资本结构	25.00%	21.86%	21.78%	21.97%
负债和股东权益合计	1337.76	1511.07	1696.51	1909.68	资产负债率	22.13%	22.40%	20.03%	17.64%
业绩和估值指标	2014A	2015E	2016E	2017E	带息债务/总负债	4.74	5.93	5.87	5.70
EBITDA	123.50	211.67	239.06	259.96	流动比率	4.31	5.44	5.38	5.20
PE	0.00	0.00	0.00	0.00	速动比率	25.50%	20.90%	18.21%	19.42%
PB	0.00	0.00	0.00	0.00	股利支付率				
PS	0.00	0.00	0.00	0.00	每股指标				
EV/EBITDA	-5.30	-3.99	-4.19	-4.54	每股收益	0.59	0.62	0.75	0.84
股息率	—	—	—	—	每股净资产	4.18	4.92	5.53	6.21
					每股经营现金	0.49	0.92	1.03	1.12
					每股股利	0.15	0.13	0.14	0.16

数据来源: Wind, 西南证券

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，报告所采用的数据均来自合法合规渠道，分析逻辑基于分析师的职业理解，通过合理判断得出结论，独立、客观地出具本报告。分析师承诺不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接获取任何形式的补偿。

投资评级说明

公司评级

买入：未来6个月内，个股相对沪深300指数涨幅在20%以上
增持：未来6个月内，个股相对沪深300指数涨幅介于10%与20%之间
中性：未来6个月内，个股相对沪深300指数涨幅介于-10%与10%之间
回避：未来6个月内，个股相对沪深300指数涨幅在-10%以下

行业评级

强于大市：未来6个月内，行业整体回报高于沪深300指数5%以上
跟随大市：未来6个月内，行业整体回报介于沪深300指数-5%与5%之间
弱于大市：未来6个月内，行业整体回报低于沪深300指数-5%以下

重要声明

西南证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本公司与作者在自身所知情范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

本报告仅供本公司客户使用，本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告，本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，本公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

本报告版权为西南证券所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“西南证券”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本报告的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

西南证券研究发展中心

上海

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 15 楼
邮编：200120
邮箱：research@swsc.com.cn

北京

地址：北京市西城区金融大街 35 号国际企业大厦 B 座 16 楼
邮编：100033

重庆

地址：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦 3 楼
邮编：400023

深圳

地址：深圳市福田区深南大道 6023 号创建大厦 4 楼
邮编：518040

西南证券机构销售团队

上海地区

蒋诗烽（地区销售总监）

021-68415309

18621310081

jsf@swsc.com.cn

罗月江

021-68413856

13632421656

lyj@swsc.com.cn

赵慧妍

021-68411030

13681828682

zhy@swsc.com.cn

北京地区

赵佳（地区销售负责人）

010-57631179

18611796242

zjia@swsc.com.cn

陆铂锡

010-57631175

13520109430

lbx@swsc.com.cn

曾毅

010-57631077

15810333856

zengyi@swsc.com.cn

深圳地区

刘娟（地区销售总监）

0755-26675724

18665815531

liuj@swsc.com.cn

张婷

0755-26673231

13530267171

zhangt@swsc.com.cn

罗聪

0755-26892557

15219509150

luoc@swsc.com.cn

傅友

0755-26833581

13691651380

fuy@swsc.com.cn