

公司代码：601811

公司简称：新华文轩

新华文轩出版传媒股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	陈云华	其他公务	张鹏

- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	新华文轩	601811	/
H股	香港联合交易所有限公司	新华文轩	00811	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	游祖刚	杨淼
电话	028-83157099	028-83157099
办公地址	四川省成都市金牛区蓉北商贸大道文轩路6号	四川省成都市金牛区蓉北商贸大道文轩路6号
电子信箱	xh-dsb@winshare.com.cn	xh-dsb@winshare.com.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	15,511,538,370.26	15,324,503,472.53	1.22
归属于上市公司股东的净资产	9,338,453,071.06	9,207,249,787.46	1.42
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	268,432,331.35	664,002,476.79	-59.57
营业收入	3,606,285,024.29	3,874,385,388.20	-6.92
归属于上市公司股东的净利润	580,258,976.15	579,502,772.35	0.13
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	521,997,119.09	551,231,787.50	-5.30
加权平均净资产收益率(%)	6.14	6.61	减少0.47个百分点
基本每股收益(元/股)	0.47	0.47	0.00
稀释每股收益(元/股)			

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		23,904				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
四川新华发行集团	国家	50.25	619,957,525	0	无	
香港中央结算有限公司	境外法人	32.89	405,866,950	0	未知	
成都华盛	境内非国有法人	4.32	53,336,000	0	无	
四川出版集团	国有法人	2.99	36,896,945	0	无	
四川日报报业集团	国有法人	0.75	9,264,513	0	无	
辽宁出版集团有限公司	国有法	0.53	6,485,160	0	无	

	人					
LEUNGYOKFUN	未知	0.24	3,000,000	0	未知	
领航投资澳洲有限公司—领航新兴市场股指基金（交易所）	未知	0.15	1,796,153	0	无	
中国建设银行股份有限公司—华夏中证四川国企改革交易型开放式指数证券投资基金	未知	0.14	1,741,500	0	质押	500
中国农业银行股份有限公司—申万菱信中证500指数优选增强型证券投资基金	未知	0.10	1,235,791	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述表格中国家股股东及国有法人股股东之间不存在关联关系。除此之外，本公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明						

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020年上半年，本集团稳步推进“振兴四川出版”和“振兴实体书店”战略，以高质量发展、创新发展、融合发展、人本发展理念为指引，提升公司整体市场竞争能力。在新冠肺炎疫情严峻形势下，本集团采取有效措施，开展疫情防控，有序复工复产，积极应对新冠肺炎疫情对集团经营业务带来的影响。

本期间，本集团实现营业收入人民币 360,628.50 万元，同比减少 6.92%，主要因受疫情影响，本集团的大众图书出版、实体门店销售、教育信息化及装备等业务收入同比减少。净利润 56,763.35 万元，同比减少 1.03%，一方面由于货款回收进度放缓、库存余额及库龄增加导致本期间计提的信用减值损失和资产减值损失较上年同期有所增加；另一方面，本期间确认的增值税退税等政府

补贴收益也较上年同期减少，均使利润有所下降。但得益于本集团投资的中信并购、文轩恒信等基金持有的项目本期间公允价值变动收益较大，一定程度弥补了疫情对本集团利润的影响。

主营业务分板块情况						
单位：元币种：人民币						
分板块	主营业务收入	主营业务成本	毛利率（%）	主营业务收入比上年增减（%）	主营业务成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（%）
一、出版	950,228,588.04	609,634,376.88	35.84	-11.02	-12.67	1.21
教材及教辅	598,669,031.39	344,169,133.75	42.51	16.32	4.98	6.21
一般图书	234,617,514.02	170,341,150.75	27.40	-47.43	-40.17	-8.80
印刷及物资	97,517,550.03	84,494,173.27	13.35	9.89	10.07	-0.15
新闻报刊	15,546,608.86	7,764,639.99	50.06	9.22	18.18	-3.78
其他	3,877,883.74	2,865,279.12	26.11	-1.70	29.60	-17.85
二、发行	3,156,225,118.79	2,045,375,353.62	35.20	-5.49	-10.43	3.57
教育服务	2,229,389,493.84	1,272,579,360.92	42.92	1.86	-3.58	3.22
其中：教材教辅	2,187,432,118.53	1,240,671,447.58	43.28	8.40	5.56	1.52
教育信息化及装备业务	33,746,176.93	29,029,668.42	13.98	-80.24	-79.92	-1.37
互联网销售	683,797,468.76	595,293,772.21	12.94	-1.59	-5.63	3.73
零售	155,918,466.09	100,025,100.99	35.85	-46.88	-47.36	0.59
其他	87,119,690.10	77,477,119.50	11.07	-46.42	-45.74	-1.11
三、其他	151,616,393.31	134,067,130.43	11.57	-7.19	-3.67	-3.24
内部抵销数合计	-710,991,501.97	-762,286,734.18				
合计	3,547,078,598.17	2,026,790,126.75	42.86	-6.77	-12.40	3.67

备注：本期将出版分部下“新闻报刊”业务从“其他”中单列，上年同期数据做相应调整。

（一）坚持“三精出版”理念，扩大“文轩出版”品牌影响力

本集团坚持把社会效益放在首位，努力实现社会效益与经济效益相统一，坚持精准出版、精细出版、精品出版的“三精出版”理念，打造高质量出版产品。2020年上半年，本集团一是优化出版产品结构及选题方向，推进出版社做专做优，深耕自身专业领域，集中精力打造精品力作。二是稳步推进重点出版项目，出版产品影响力不断提升，《通史、新修正统道藏总目提要》等5种图书入选国家出版基金资助项目，《古路之路》入选中宣部2020年主题出版重点出版物，《悬崖村》获评2019年度“中国好书”，四川历史名人丛书等出版项目取得了重大进展；83种图书获得农家书屋重点出版物推荐，“米小圈”系列图书稳居开卷全国畅销榜，《古路之路》《历史的绝响》等进入《中国新闻出版广电报》等多家媒体畅销书榜单。三是努力克服疫情影响，助力抗疫。与华西医院、成都中医药大学等单位合作，及时推出了《新型冠状病毒大众心理防护手册》《青年战“疫”——华西医者的仁心与担当》等27种疫情防控类图书，并上线电子版供读者免费阅读使

用，为“防疫攻坚战”贡献力量。四是加大线上营销力度，举办“直播带货”“社群营销”等活动400余场，收看人次达20余万，带动线上渠道销售增长明显。五是“走出去”工作稳步推进，开展融合版权运营，打造多样化“走出去”业态。2020年上半年，共实现图书版权输出203项，继续保持输出稳定。在疫情期间，将多种抗疫图书外文版权赠予国际童书联盟，其中《中小学生新冠肺炎防护科普读本》阿拉伯文版已在海外上线。

因疫情影响，印厂不能及时生产、实体书店不能正常营业、物流配送不能正常作业，大众出版业务编印发各环节受到较大冲击。虽然本集团积极采取措施，调整经营策略，但经营业绩仍然受到较大影响。上半年，本集团大众出版业务实现销售收入人民币23,461.75万元（含内销），较上年同期减少47.43%；销售成本为人民币17,034.12万元，同比减少40.17%。毛利率为27.40%，同比下降8.80个百分点。

本集团教育出版策划能力、市场开拓能力和教育服务能力持续增强，紧跟最新教育政策变化，深入研究政策和教学要求变化等带来的新的需求和机会，积极为国家基础教育改革、地方教育发展服务，研发具有市场竞争力的教辅产品，进一步夯实基于全学科资质的教材教辅出版体系。本期间开发《直通新中考：能力过关与全真模拟试卷》《AR初中历史》《话题阅读天天练》《跟我学英语》（四川统考版）《体育与健康》《实验报告册》《中小学劳动实践手册》《语文早读课本》《诗词群文阅读与理解》《心理健康教育》《环保课堂·垃圾分类知识读本》等多套教辅品种。打造出“科学真好玩儿”“儿童逆商培养”等市场化教育类产品线。本期间，教材教辅出版业务实现销售收入人民币59,866.90万元（含内销），同比增长16.32%；销售成本为人民币34,416.91万元，同比增长4.98%；毛利率为42.51%，同比上升6.21个百分点，主要得益于对产品的成本控制以及教辅销售比重上升。

（二）持续发力教育服务业务，提升公司市场竞争力

2020年上半年，公司继续以客户需求为导向，以创新引领发展，不断提升产品研发能力和市场服务能力，实现教育服务业务效益持续增长。教学用书方面，通过加强市场与上游出版资源的协同，提升产品规划能力和产品设计能力，提高了产品质量，优化了产品结构，销售收入稳中有升。教育信息化及教育装备方面，抓住新高考改革和教育信息化2.0行动计划带来的市场机遇，提供学科专业教室、创客空间、智慧校园等产品和服务。同时，不断推进渠道创新、机制创新和业务创新，提升教育服务能力，实现创新融合发展。上半年，面对新冠肺炎疫情带来的巨大困难和挑战，本集团在确保课前到书的同时，还携手多家出版社为广大师生免费提供学科电子教材。为了助力“停课不停学”，迅速组织资源通过广电网络电视向全省初三、高三学生免费开放直播课

程。

上半年，公司打造的“优学优教”线上服务平台已覆盖学校 5,603 所，服务学生 381.22 万人；推进学生劳动教育和综合实践活动业务，服务学生 679 人次；创新教师培训业务组织方式，以在线培训为主，培训教师 4.1 万余人次；公司发起的“一木环保”公益行动回收废旧书本 730 吨，交由纸张生产企业循环利用，并将所得用于中小学环保教育和教育扶贫公益事业。

本期间，本集团教育服务业务对外实现销售收入人民币 222,938.95 万元，较上年同期增长 1.86%。其中，本期间教材教辅实现销售收入人民币 218,743.21 万元，较上年同期增长 8.40%；教育信息化及装备业务本期间实现收入 3,374.62 万元，同比下降 80.24%，主要因新项目招投标工作及老项目验收工作受新冠肺炎疫情影响均有所延迟。教育服务业务毛利率为 42.92%，较上年同期增加 3.22 个百分点，主要因毛利水平较低的教育信息化和装备业务销售占比下降等因素的影响。

（三） 加强互联网业务能力建设，巩固市场竞争地位

2020 年上半年，本集团互联网业务稳步发展。在销售渠道建设和营销活动方面，积极拓展市场空间，开展深度运营，灵活安排营销节奏，加大全网络渠道拓展力度，扩大销售规模。在供应链建设方面，通过整合业务资源、采取采销联动等方式，提升供应、配送效率，持续降低商品和物流成本。在产品运营方面，通过渠道积累的用户和订单数据，洞察市场趋势，以文学、少儿等品类为重点，联合出版社打造具有竞争力的产品。上半年，本集团在天猫、京东等主要平台保持图书类销售前三的地位，并持续巩固在全国图书电商的头部主体地位。

本期间，互联网销售业务实现营业收入人民币 70,963.31 万元，较上年同期增长 2.13%，其中主营业务收入人民币 68,379.75 万元，较上年同期减少 1.59%，毛利率为 12.94%，较上年同期增加 3.73 个百分点，主要得益于本集团互联网销售业务的整体经营水平持续提升。

（四） 坚持“三多”发展策略，提升阅读服务能力

本集团坚持“多品牌建设、多模式发展、多团队运营”发展策略，强化品牌经营、推进融合发展，从原有单一的门店经营，拓宽为“门店经营+机构服务”。2020 年上半年，在全力战疫、有序复工的同时，优化现有业务，尽可能地减少经济损失；通过与地产公司合作，创新经营模式，降低开店成本，新开实体书店文轩 BOOKS 招商店，面积近万平方米；同时，通过开展线上直播、实施全员营销等方式，为读者提供全方位的阅读文化消费服务。

本期间，零售业务实现销售收入人民币 15,591.85 万元，较上年同期下降 46.88%，主要受疫情期间实体门店闭店的影响。零售业务毛利率为 35.85%，与上年同期基本持平。

（五） 强化物流经营管理，不断提升供应链的整体服务水平

本集团以服务市场、服务客户为宗旨，运用云计算技术，持续优化基于数据云的智慧物流配送体系，提升仓储网络和运输网络的“双网”协同物流服务能力，为集团业务发展提供有力支撑，2020年上半年，自有渠道出版物流转总码洋达到117.25亿元。同时，稳步拓展三方物流业务，为客户提供仓储配送一体化物流服务，2020年上半年，三方物流业务实现收入8,900.85万元，与上年同期基本持平。

（六） 利用文轩品牌优势，稳步开展资本经营业务

本集团以“文轩投资”为枢纽性资本平台和市场化投融资主体，集聚社会资本，以直接投资、股权投资基金等为手段，开展资本经营业务，已形成涵盖并购基金、创投基金等多种类型的基金群，初步具备了资本整合能力和获取利润的能力。

本公司立足出版传媒业本质，把握文化产业发展趋势，以“科技+资本”为转型驱动力，围绕大文化消费服务，实施以下策略：

1、继续深入贯彻“振兴四川出版”战略，坚持“三精出版”理念，着力打造文轩出版品牌，持续推进实施主题出版和各大出版工程项目，实现文轩出版提质增效。

2、深入推进教育服务业务渠道优化升级和业务融合发展，大力拓展高中教育、职业教育和学前教育服务市场，继续做好教材教辅出版发行、教育信息化及装备业务，推进研学教育、教师培训、在线教育等新业务发展。

3、提高行业供应链协同服务能力，优化与上游供应商和下游销售渠道的合作机制，持续渠道拓展，深耕渠道经营能力，实现互联网销售规模和运营能力提升。

4、探索新的经营模式，优化经营管理机制，提升阅读服务能力，寻求实体书店新的利润增长点。

5、加强供应链各环节的协同，提升物流、信息与生产印制等平台的综合服务能力，为集团业务发展提供有力支撑。

6、利用资本经营平台，集聚社会资本，持续打造基金群，形成多层次产融结合的投资模式，增加资本经营收益，推进实业经营与资本经营协同发展。

7、在报刊传媒板块现有平台的基础上，积极推进媒体融合发展，扎实推进熊猫文化和全民阅读重点工作，开创传媒领域新局面。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用