（上接C13版）

（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，按照第3项规定处理。

7、公司利润分配方案的实施

（1）拟定方案：公司董事会根据盈利情况、资金需求拟定利润分配预案；在利润分配预案论证过程中，应通过电话、传真、信件、邮件、投资者关系互动平台等方式，主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题，并做好记录；同时应征求独立董事意见。

独立董事可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。

（2）审议程序：利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议；董事会审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决通过且经公司二分之一以上独立董事同意方可提交股东大会审议；监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数以上表决同意。股东大会在审议利润分配方案时，需经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的1/2以上通过。

若股东大会审议发放股票股利或以资本公积金转增股本的方案时，需经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。

独立董事应对分红预案发表独立意见。

8、利润分配政策的调整

公司的利润分配政策属于董事会和股东大会的重要决策事项，不得随意调整而降低对股东的回报水平。

因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的利润分配政策颁布新的规定或公司外部经营环境、自身经营状况发生较大变化而需调整分红政策的，应以保护股东权益为出发点，详细论证和说明原因，并严格履行决策程序。

公司利润分配政策发生变动，应当由董事会拟定调整方案，独立董事、监事会发表明确意见，提交股东大会审议批准，并经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。股东大会审议调整利润分配政策有关事项时，公司应为股东提供网络投票方式进行表决。

四、本公司特别提醒投资者注意风险因素中的风险

（一）教材出版发行政策变化的风险

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），浙江等11个省（含直辖市）对中小学教材出版发行实施招投标试点，主营图书、报纸或期刊发行且具有总发行资格的独立企业法人可以参与投标。

2008年11月，国家发改委下发《关于中小学教材出版发行招投标工作有关问题的复函》，复函表示经报请国务院同意，发改委决定不面向全国进行中小学教材出版发行招投标工作，自此中小学教材出版发行招投标试点工作正式结束。

根据《国务院关于取消和下放一批行政审批项目的决定》（国发〔2014〕5号），取消出版物总发行单位设立审批后，中小学教材发行投资格不再对总发行资格进行要求。根据国家新闻出版广电总局《出版物市场管理规定》（2016年），单位从事中小学教科书发行业务，应取得国家新闻出版广电总局批准的中小学教科书发行资质，并在批准的区域范围内开展中小学教科书发行活动。

公司子公司新华书店集团凭借长期以来在发行领域积累的经营管理经验，在组织保证、人才储备、质量管理、渠道保障和市场信誉等方面建立了显著竞争优势，在浙江省教育厅履行单一来源采购流程后，独家负责浙江省内教材的征订及发行。报告期内，公司向全省（除宁波外）各地财政局或教育局结算（客户统一披露为浙江省教育厅）的中小学教材教辅收入分别为9.29亿元、9.88亿元和10.01亿元，占公司当期营业收入的比例分别为9.42%、9.71%和10.20%。

若未来教材出版发行政策发生变化，教材出版发行市场化程度进一步提高导致市场竞争加剧，公司在一定程度上存在业务规模下降、产品价格变化、利润空间被压缩的风险，将对公司经营业绩带来一定的不确定性。

（二）义务教育免费教材发放制度变化的风险

根据浙江省教育厅、浙江省财政厅《关于全面实施义务教育免费教科书和做好部分教科书循环使用工作的通知》（浙教计〔2008〕97号），从2008年春季起全省义务教育免费提供国家和地方课程教科书。

根据浙江省物价局、浙江省新闻出版广电局联合发布的《关于印发浙江省中小学教材价格管理办法的通知》（浙价费〔2017〕68号）和《关于制定我省中小学教材印张价格等有关事项的通知》（浙价费〔2017〕87号）规定，列入《浙江省中小学教学用书目录》的教科书和《浙江省中小学教辅材料推荐目录》的教辅材料，其印张单价（封面价格、插页单价）和零售价格实行政府定价。

执行免费教材发放制度后，由政府部门对教材采取统一采购，再免费发放给在校学生。随着免费教材制度的执行，政府采购部门设置了更为严格的采购条件，并在教材的定价上引入谈判等市场化竞争机制。

报告期内，公司子公司新华书店集团通过政府“单一来源采购”的方式取得浙江省义务教育阶段免费教材的发行权。未来，若义务教育免费教材相关政策发生变化或市场竞争加剧导致免费教材的采购折扣提高，会挤压公司教材发行业务的利润空间，对公司财务状况及经营业绩构成不利影响。

（三）国家税收政策和补贴政策变化的风险

1、税收优惠政策调整的风险

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）和《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〔2019〕16号）规定，公司及部分子公司在报告期内享受企业所得税免税优惠政策。按照当前的政策法规，企业所得税免税政策的到期日为2023年12月31日。

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）和《关于延续宣传文化增值税优惠政策的通知》（财税〔2018〕53号）规定，公司及部分子公司在报告期内享受增值税免征或先征后退的优惠政策。按照当前的政策法规，增值税优惠政策的到期日为2020年12月31日。

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，报告期内，公司持续享受上述国家统一制定的优惠政策。若上述税收优惠政策在到期后被取消，或减免力度下降，将对公司的盈利水平产生不利影响。

2、政府补助收入下降的风险

报告期内，公司收到各类计入当期损益的政府补助分别为9,239.52万元、6,856.65万元和7,082.07 万元，占利润总额的比例分别为8.55%、6.15%和6.00%。若未来政府部门的补贴政策发生变化，造成本公司获得的政府补助金额减少，将对本公司的盈利水平产生不利影响。

（四）市场竞争加剧的风险

我国出版发行行业存在一定的区域垄断性，近年来，国家逐步放宽了对出版发行行业的市场准入。随着出版传媒行业跨媒体、跨地区、跨所有制战略重组的不断推进，区域垄断逐步被打破，围绕优质出版资源、发行渠道、消费终端的市场竞争将日趋激烈。

若公司无法在日益加剧的市场竞争中保持现有竞争优势及行业地位，则公司将面临市场份额下降、综合毛利率降低、竞争优势减弱的风险，对公司的财务状况及经营业绩构成不利影响。

（五）新冠肺炎疫情引致的经营风险

2020年初，新冠肺炎疫情爆发。从短期来看，公司子公司新华书店集团门店众多，市场化程度较高，新华书店延迟营业，人员出行受限、实体消费放缓等不利因素，将给出版发行行业及公司业绩的增长带来一定的负面影响。

同时，在疫情影响尚未完全消除的背景下，人群将在一定程度上减少和避免进入新华书店等人员密集区域，若图书消费市场需求未能快速复苏，公司存在业务增长放缓甚至下滑的风险。

七、公司财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

（一）2021年1-3月财务数据审阅情况

天健会计师对公司2021年3月31日的合并及母公司资产负债表，2021年1-3月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表及财务报表附注进行了审阅，并出具了天健审〔2021〕4543号《审阅报告》。

根据《审阅报告》，公司2021年度1-3月主要经营数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月（经审阅）	2020 年 1-3 月（经审阅）	变动率
营业收入	205,751.22	105,770.50	94.53%
营业利润	6,148.67	-9,856.49	162.38%
利润总额	6,475.91	-9,653.97	167.08%
净利润	6,347.97	-9,685.74	165.54%
归属于母公司所有者的净利润	6,453.99	-9,139.08	170.62%
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	5,270.57	-10,577.79	149.83%

2021年1-3月，公司营业收入、营业利润、利润总额、净利润等主要经营数据较上年同期均大幅上升，主要系2020年同期受疫情影响较为严重所致。

财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况具体信息详见本招股意向书第十节之“十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况”。

（二）2021年1-6月业绩预计情况

公司预计2021年1-6月营业收入为47.14亿元-54.45亿元，较上年同期增长22.51%-41.50%，净利润为5.20亿元-6.09亿元，较上年同期增长27.63%-49.37%，归属于母公司股东的净利润为5.23亿元-6.11亿元，较上年同期增长27.88%-49.57%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为5.01亿元-5.85亿元，较上年同期增长31.80%-53.87%，2021年1-6月业绩同比增幅较大，主要系2020年同期受疫情影响较为严重所致。

2021年1-6月预计数据为本公司初步测算结果，未经审计机构审计，未来影响业绩的外部因素有不确定性，预计数不代表本公司最终可实现收入和净利润，亦不构成本公司盈利预测，敬请广大投资者注意投资风险。

财务报告审计截止日至本招股意向书签署日，公司经营状况良好。公司生产经营模式、主要服务与产品的销售情况、采购情况、主要客户及供应商的构成情况、公司适用税收政策未发生重大变化，公司亦未出现其他可能影响公司正常经营或可能影响投资者判断的重大事项。

第二节 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	22,222.2223 万股且占发行后公司总股本的比例 10%，本次发行不安排股东公开发售股份
每股发行价格	【】元/股（通过向符合资格的网下投资者询价确定发行价格）
发行市盈率	【】倍（每股收益按照 2020 年度经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	4.24 元（按截至【】经审计归属于母公司所有者的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按截至 2020 年 12 月 31 日经审计归属于母公司所有者的净资产加上本次发行募集资金净额后除以本次发行后总股本计算）
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按市值申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开立（A 股）股票账户的境内自然人、法人和证券投资基金等投资者（国家法律法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
拟上市地点	上海证券交易所
发行费用概算（均为不含增值税费用，发行费用总额与各项费用加总不等系四舍五入尾差所致）	承销及保荐费用 5,750.40 万元
	审计及验资费用 1,066.04 万元
	律师费用 411.32 万元
	用于本次发行的信息披露费用 448.11 万元
	发行手续费用及其他费用 118.09 万元
	发行费用合计 7,793.96 万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：浙江出版传媒股份有限公司

英文名称：Zhejiang Publishing & Media Co., Ltd.

中文简称：浙版传媒

统一社会信用代码：91330000MA27U05D9C

有限公司成立日期：2016年5月25日

股份公司成立日期：2018年9月25日

注册资本：200,000万元

法定代表人：鲍洪俊

公司住所：浙江省杭州市下城区体育场路347号18层

办公地址：浙江省杭州市西湖区天目山路40号

邮政编码：310013

电话号码：0571-88909784

传真号码：0571-88909784

电子信箱：zqfwb@zjcbcm.com

信息披露与投资者关系负责机构：证券事务部

信息披露与投资者关系负责人：董事会秘书 李伟毅

经营范围：出版物批发、零售（凭许可证经营），文化用品、体育用品、数码产品、多媒体教育设备及仪器、纸及纸制品、印刷物资的销售，仓储服务（不含危化品及易制毒品），设计、制作、代理、发布国内各类广告，会展服务，文化活动组织策划，经济信息咨询，资产管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），从事进出口业务。（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）。

二、发行人设立与改制重组情况

（一）设立方式

2018年9月18日，浙版传媒召开创立大会，审议通过变更设立股份公司的相关议案，以截至2017年9月30日经审计的可折股净资产526,772.50万元，由各发起人根据各自出资比例，按1:0.379670540346的折股比例折合股份200,000万股，具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	股权比例
1	浙版集团	171,000.02	85.50%
2	浙版投资	9,000.00	4.50%
3	新华文投	5,205.45	2.60%
4	浙商汇融	3,698.63	1.85%
5	杭州骅宇	3,575.34	1.79%
6	南昌华章	3,205.48	1.60%
7	杭州文广	1,849.31	0.92%
8	杭州工商信托	1,232.88	0.62%
9	杭报集团	616.44	0.31%
10	宁波广电	616.44	0.31%
合 计		200,000.00	100.00%

2018年9月18日，天健会计师出具《验资报告》（天健验〔2018〕351号），经审验，截至2018年9月17日，浙版传媒已收到全体出资者所拥有的截至2017年9月30日的经审计可折股净资产526,772.50万元，其中，折合实收资本200,000.00万元，资本公积326,772.50万元。

2018年9月25日，浙版传媒完成工商备案登记，领取了统一社会信用代码为91330000MA27U05D9C的《营业执照》。

（二）发起人及其投入资产的内容

公司系浙版有限整体变更设立，各发起人分别以其各自占公司净资产的份额作为出资缴纳认缴股本。变更设立后，公司完整承继了浙版有限的全部资产和负债。截至招股意向书签署日，公司已依法办理了相关资产的产权变更登记手续。

三、发行人的股本情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

本次发行前公司总股本为200,000万股，根据公司2020年第一次临时股东大会决议，本次拟公开发行22,222.2223万股且占发行后公司股份总数比例10%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。公司股份流通限制和锁定安排参见本摘要第一节之“一、（一）股份锁定、持股意向及减持意向承诺”。

（二）持股数量及比例

1、发起人

公司整体变更设立时发起人共10名，具体如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	股权比例
1	浙版集团（SS）	171,000.02	85.50%
2	浙版投资（SS）	9,000.00	4.50%
3	新华文投（SS）	5,205.45	2.60%
4	浙商汇融（SS）	3,698.63	1.85%
5	杭州骅宇（SS）	3,575.34	1.79%
6	南昌华章（SS）	3,205.48	1.60%
7	杭州文广（SS）	1,849.31	0.92%
8	杭州工商信托（SS）	1,232.88	0.62%
9	杭报集团（SS）	616.44	0.31%
10	宁波广电（SS）	616.44	0.31%
合 计		200,000.00	100.00%

注：SS代表国有股（下同）

2、前十名股东、前十名自然人股东

截至招股意向书签署日，公司股东持股数量及比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	股权比例
1	浙版集团（SS）	171,000.02	85.50%
2	浙版投资（SS）	9,000.00	4.50%
3	新华文投（SS）	5,205.45	2.60%
4	浙商汇融（SS）	3,698.63	1.85%
5	杭州骅宇（SS）	3,575.34	1.79%
6	南昌华章（SS）	3,205.48	1.60%
7	杭州文广（SS）	1,849.31	0.92%
8	杭州工商信托（SS）	1,232.88	0.62%
9	杭报集团（SS）	616.44	0.31%
10	宁波广电（SS）	616.44	0.31%
合 计		200,000.00	100.00%

（三）发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

公司发起人为浙版集团、浙版投资、新华文投、浙商汇融、杭州骅宇、南昌华章、杭州文广、杭州工商信托、杭报集团、宁波广电。本次发行前股东中，浙版投资为浙版集团全资子公司，宁波广电为杭州骅宇的出资方，具体情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	公司股东间的关联关系
浙版集团	171,000.02	85.50%	浙版集团持有浙版投资100%股权
浙版投资	9,000.00	4.50%	
宁波广电	616.44	0.31%	宁波广电为杭州骅宇的出资方，出资比例 19.1564%
杭州骅宇	3,575.34	1.79%	

四、发行人的业务情况

（一）发行人的主营业务、主要产品及用途

公司以图书、期刊、音像制品和电子出版物等出版物的出版、发行和印刷为主业，是集出版、印刷复制、发行及零售等传统业务，并融合数字出版、数字媒体、数字营销、信息技术服务、在线教育与培训等新兴业态于一体的大型综合文化企业。

1、出版

公司主要通过下属的科技社、文艺社、古籍社、摄影社、美术社、少儿社、教育社、人民社、电子音像社及期刊总社等多家公司从事教材教辅、一般图书、期刊、音像制品和电子出版物的出版业务。

公司通过下属的数字传媒公司及各出版社从事数字出版业务，发挥各自专业禀赋，利用公司所属各出版单位的丰富内容资源和版权资源，依托传统纸质出版优势，集中开展数字出版技术研发及互联网出版发行、数字阅读、知识付费等新兴业务，积极推进选题数字化和纸、电、声全媒体同步运营推广，探索孵化高度市场化的数字产品，加快融合发展步伐，促进传统出版向数字出版转型。

2、发行

公司主要通过新华书店集团和博库集团从事教材教辅、一般图书、期刊、音像制品和电子出版物的征订团购、批发、零售业务。

3、印刷

公司主要通过下属印刷集团及其子公司开展教材教辅、图书、期刊等印刷品的印制业务。

4、其他

除出版、发行、印刷业务外，公司还通过新华物流配送、新华信息技术、天下网商、优加少儿、文华酒店等子公司开展物资贸易、物流服务、信息技术服务、营销服务、教育培训、酒店等业务。

（二）经营模式

1、出版业务的经营模式

（1）采购模式

公司出版业务的采购对象主要为内容和纸张。

公司自主编写的内容，采购模式主要为出版单位委托作者根据编写（创作）要求完成内容稿件，或委托翻译人根据出版要求翻译出版单位已取得版权授权的原著。非公司自主编写的内容，采购模式主要为出版单位向版权著作权人租用或购买版权。

出版业务用纸分为教材教辅用纸和一般图书用纸，主要由公司统一对外公开招标后分别供应给下属各出版单位使用。

（2）生产模式

各出版社自有产品的出版生产一般主要包括出版规划和年度计划、选题策划、立项审批、组稿定稿、合同签订、稿件编审、申领书号及CIP数据、排版和印刷和宣传发行等环节。非自主编写的出版物则由公司向原创出版单位取得对应出版物型版后，进行出版物印刷、装订、宣传和发行等工作。

各出版单位出版物的选题策划、申报及立项等工作，由各出版单位在公司出版业务部的指导下自主进行。出版物的组稿、稿件编审和申领书号则由下属各出版单位独立进行。

（3）销售模式及退货

公司出版业务主要采用征订团购（买断式）、批发（经销可退）的销售模式。

①征订团购

征订团购模式销售的产品包括教材教辅、部分一般图书及其他出版物等。教材教辅及配套的电子音像制品主要采用征订团购的销售模式，客户主要包括新华书店集团、部分其他省市新华书店集团，一般由地方各级学校向各地新华书店进行征订，新华书店集团汇总订单后向教材出版单位提交印数，出版单位营销中心配合新华书店集团进行宣传征订、市场开拓和售后服务等工作。一般图书、其他出版物的征订团购客户主要包括图书包销商、学校、政府机构、企事业单位等，公司根据客户合同或订单直接发至指定地址。

征订团购模式下，由客户根据其实际需求下订单，公司直接发货至指定地点，在客户验收或对账后确认收入，除质量问题外一般不接受退货，因此退换货较少。

②批发

批发模式的客户主要包括新华书店和其他书商。各出版单位根据出版物国家定价政策、市场的需求情况、图书印张及印制种类、市场同类出版物的销售情况等确定批发价格，发行销售由出版单位的营销中心归口负责，与销售渠道客订协议进行发行销售。批发客户向公司采购后再对外销售，公司与批发客户定期按照其实际对外销售情况实销实结。

批发模式下的销售一般附有退回条件，通常会在销售合同内约定退换货条款，约定内容主要包括：退换货期限、退换货触发条件及退换货率、物流污损责任承担规定、出版物质量残次问题处理、退换货的操作方式等。

批发模式销售出版物时，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时确认出版物收入。

2、发行业务的经营模式

公司发行业务主要由新华书店集团和博库集团经营。新华书店集团具有覆盖全省（除宁波外）的直属新华书店基层店和众多连锁经营书店组成的图书发行网络。博库集团拥有自主互联网平台博库网、博库APP、自有实体书城和多家线上连锁书店组成的线上、线下相融合的图书发行网络。公司依托强大的发行网络，开展以出版物销售为主、非图商品等销售为辅的多元化发行业务。

（1）采购模式

公司发行业务采用以销定采、集采集付的采购模式。

①以销定采

公司发行业务主要采购商品为教材教辅、一般图书及其他非图商品。教材教辅采购量主要依据全省各市、县（区）学校的教材教辅征订数量，并综合考虑库存数、备货率等因素确定采购数量。一般图书及其他非图商品市场化程度较高，需综合考虑产品市场需求、受众情况、客户订购、同类产品市场销售情况、库存数、备货率等因素进行预测，确定合理的采购数量。

②集采集付

公司发行业务线下板块采购主要由新华书店集团集中采购，线上板块采购主要由博库集团集中采购。集采集付增强了公司的采购议价能力，降低采购成本，扩大信用期限。

（2）销售模式

公司发行业务主要采用征订团购、批发、线下零售和线上零售的销售模式。

①征订团购

征订团购模式的客户主要包括幼儿园、中小学、大中专及职校、政府机构、事业单位等，由公司将教材教辅、一般图书、其他出版物及非图商品依据客户需求直接发至指定地址，由客户签收并根据约定完成验收或对账后确认收入。部分客户以招标方式采购，公司参与竞标，中标后根据招标人要求提供相应产品和服务。

浙江省内的中小学教材和推荐教辅采用征订团购的模式销售，由浙江省内各市、县（区）的新华书店基层店负责征订信息的统计并经连锁经营信息系统上报，新华书店集团根据汇总征订数情况统一采购并分发至各市、县（区）新华书店，各市、县（区）新华书店在收到教材教辅后按照需求配送至各个学校，并根据学校学生情况进行余缺调剂。

②批发

批发模式对应客户类别主要包括其他省市新华书店和其他书商。批发客户向公司采购后再对外销售，公司与批发客户定期按照其实际对外销售码洋实销实结。批发模式下的销售一般附有退回条件，客户可在约定或合理的范围内退回未对外销售的商品。

批发模式销售出版物时，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时确认出版物收入。

③线下零售

线下零售业务主要由新华书店集团及博库集团旗下的博库书城经营，通过覆盖浙江省主要市、县（区）的基层实体销售网络直接向消费者出售教材教辅、一般图书及其他非图商品。线下零售始终坚持“钱货两清”的结算原则，各门店每日销售情况通过POS系统汇总至新华书店集团ERP系统，在将货物交付给消费者并取得货款或取得索取货款的凭据后确认收入。

④线上零售

线上零售业务主要由博库集团经营，通过自有平台和天猫、京东、当当等第三方电商平台开展线上业务，销售范围辐射全国各地。线上客户在公司自有平台或第三方平台下单支付后，由公司用邮寄的方式将商品直发至指定地点，自有平台销售在客户签收并于无理由退货期满后确认收入；第三方平台销售在客户确认收货或在客户签收并于无理由退货期满后确认收入。

（3）退货模式

①采购退货

公司发行业务采购退货的原因主要为商品滞销，采购商品一般为经销可退的商品，部分约定退货率与退货期的，公司会在约定范围内将滞销的商品退回供应商；部分未约定退货率与退货期的，公司会根据行业惯例、双方长期合作中形成的习惯，在合理的范围内将滞销的商品退回供应商。除经销可退的模式以外，还包括一部分定制包销、低折扣采购等不可退的采购。

由于供应商召回、产品质量问题等引起的退货不受上述可退、不可退条件的限制。

②销售退货

征订团购模式下，由客户根据其实际需求下订单，公司直接发货至指定地点，在客户验收或对账后确认收入，除质量问题外一般不接受退货，因此很少存在退换货情形。

批发模式的销售一般附退回条件，批发客户可在约定范围内将未实现销售的商品退回，由于退货商品未确认收入，公司财务上作换货处理。

线下零售和线上零售除质量问题外一般不接受退货，因此很少存在退换货的情况。

（4）存货管理

公司发行业务存货统一纳入ERP系统管理，对每个品种的进、销、存均有精准控制。存货的账务管理主要在NC系统中进行，ERP系统中的进销存均会按照一定规律自动推送至财务NC系统，实现无缝对接。公司于每年末定期进行全面盘点清查，如有特殊情况则年中不定期抽查。针对盘点中发现的报废、毁损、霉烂、缺失等存货损失情况，公司建立了存货资产损失报批和管理的相关制度，对应存货均单独存放，在履行审批流程后方可进行实物出库、账务销账处理。

实物日常管理上，公司商品一般堆码整齐，无包装的散书均置于货架或托盘上，对仓库区域、货架进行明确标号，统一划分存货和储位，提高商品上下架效率，并对商品做好防盗、防晒、防潮、防霉变、防虫蛀等养护工作以减少商品污损。

3、印刷业务的经营模式

公司印刷业务主要客户为国内外出版社、报刊社等单位，在服务好系统内出版社的基础上，通过开拓社会市场等方式承接各类出版图书业务，与需求方签订相应加工合同后，进行加工生产。

公司所使用的油墨、胶水、预涂膜等原辅材料主要由公司自行采购。纸张方面，部分订单用纸由客户提供，部分订单用纸由公司自行采购，公司主要通过公开招标、竞争性谈判、询价对比等方式确定。供应商每年由公司采购管理小组进行年度评审，评审内容包括原辅材料质量、合同履约、诚信经营、价格优势等，在此基础上，确定公司主要原材料供应商名录及采购指导价。

印刷主要生产工序分为印前作业、印刷作业及装订作业。公司制定的存货管理制度对纸张、出版物等产成品入库及出库等作出明确规定，存货信息及时录入ERP系统，保证ERP账面余额与库存实物一致。仓储部门定期对实物进行抽盘，生产部、仓储部门和财务部每年共同盘点不低于两次，出现实物与账面不符的情况，由盘点小组查找原因并报公司处理。

（三）主要原材料

公司的主要原材料为出版物的纸张及内容。

纸张主要由公司发行人及印刷集团对外采购，主要供应商有山东晨鸣纸业销售有限公司、山东华泰纸业股份有限公司等。

内容主要有三种来源，一是通过委托独立撰稿人撰写并支付稿费，二是从版权所有人处购买图书版权并支付版权转让费，三是与原创出版单位签订代理合同、支付代理费用。

（四）行业竞争状况

1、行业内主要企业

据《2019年新闻出版产业分析报告》，截至2019年年底，全国共有经国家出版管理部门或省级出版管理部门批准的出版传媒集团124家，其中图书出版集团40家、报刊出版集团45家、发行集团28家、印刷集团11家。40家图书出版集团中按照集团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，对图书出版集团的总体经济规模进行综合评价。前10位出版集团排名如下：

综合排名	公司名称
1	江苏凤凰出版传媒集团有限公司
2	江西省出版集团公司
3	中国教育出版传媒集团有限公司
4	湖南出版投资控股集团有限公司
5	山东出版集团有限公司
6	浙江出版联合集团有限公司
7	安徽出版集团有限责任公司
8	中国出版集团公司
9	湖北长江出版传媒集团有限公司
10	中原出版传媒投资控股集团有限公司

江苏凤凰出版传媒集团有限公司、江西省出版集团公司、湖南出版投资控股集团有限公司、浙江出版联合集团有限公司、中国出版集团公司、安徽出版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7家集团资产总额、主营业务收入和所有者权益均超过100亿元，组成“三百亿”集团阵营。湖北长江出版传媒集团有限公司资产总额、主营业务收入均超过100亿元。另有中国教育出版传媒集团有限公司、山东出版集团有限公司、河北出版传媒集团有限责任公司、贵州出版集团有限公司和广东省出版集团有限公司5家集团资产总额超过100亿元。

按照集团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，对图书发行集团的总体经济规模进行综合评价。前10位发行集团排名如下：

综合排名	公司名称
1	安徽新华发行（集团）控股有限公司
2	四川新华发行集团有限公司
3	江苏凤凰新华书店集团有限公司
4	江西新华发行集团有限公司
5	山东新华书店集团有限公司
6	浙江省新华书店集团有限公司
7	河南省新华书店发行集团有限公司
8	湖南省新华书店有限责任公司
9	河北省新华书店有限责任公司
10	云南新华书店集团有限公司

2、行业竞争格局

（1）出版行业

由于政府相关主管部门对出版实行资质审批制度，因此我国具有出版资质的出版社均为国有企业。民营企业主要通过参与图书发行环节，或者与国有出版企业合作参与出版社的内容策划和制作。

目前全国出版行业形成了以综合出版集团公司为主体和分散单一出版社并存的竞争格局。出版集团分为两大阵营，一类是中央级出版集团，包括以专业出版、大众出版为主要定位的中国出版、以教育出版为主要定位的教育出版集团、以专业出版为主要定位的中国科传等；另一类是地方级出版集团，包括凤凰传媒、中南传媒、新华文轩、山东出版等，在各地教育出版领域占据一定优势，在大众出版、专业出版领域亦占有一定市场地位。

从出版业务分类来看，在教育图书出版领域，中小学教材出版因具有较高的行政准入门槛，主要参与主体为中央及地方国有出版社，呈省域分布结构，教材以外的教育出版物，准入门槛相对较低，参与主体为国有出版社及部分民营文化企业；大中专教材出版方面，高等教育出版社及各高校出版社等依托其深厚的学术资源优势，确立了一定的市场地位。在专业出版领域，全国市场形成了以中央部委所属出版社为主，地方专业出版社、大学出版社和一些综合性出版社为辅的格局。由于专业出版领域涉及的细分行业较多，专业资源禀赋强，因此该领域集中度仍较低，单个出版社规模和市场份额均较小。在大众出版领域，由于出版内容涉及范围广、产品种类多、竞争主体多，尚未有单个出版社垄断市场份额，但在国家积极推动资源整合、鼓励传媒企业跨地区、跨行业重组的政策支持下，大型出版传媒集团的行业领导和整合作用将进一步发挥，行业集中度提升的趋势将逐步体现。

（2）发行行业

我国图书的发行方式包括总发行、批发、零售、连锁经营，其中大型发行集团、连锁经营系统、大型书城是发行主力。发行的主要渠道包括国有渠道（国有新华书店、邮政系统和出版社自办发行）、各类民营书店和其他（主要为线上书店）。通过数年来的改革与连锁经营的推进，截至2019年末，全国初步形成了28家发行集团。

在教材图书市场上，为实现教材发行“课前到书、人手一册”的工作目标，需要高效的物流配送和管理体系做支撑，新华书店因自有网点覆盖面广，其教材发行渠道的优势地位尚难以撼动。在一般图书市场上，总发行权、全国连锁经营权已向民营开放，各地新华书店也开始了区域竞争和集团化经营。

近年来民营书店迅速利用总发行权和连锁经营权的放开，充分发挥其机制灵活、快速应对市场需求变化的优势，大力开展图书发行业务。目前各地已经出现了一批具有一定规模的民营图书发行企业，这些民营书店通过创新经营模式，实现了规模化扩张。但由于发行是规模化特点显著的行业，品牌影响力、资本规模，仍将在未来较长时间内成为民营书店发展的瓶颈。

此外，随着互联网技术的发展、网络普及率的提高，线上书店发展加快，该领域已涌现出当当网、京东、天猫等代表企业。加之各出版社、以新华书店为代表的发行集团、大型零售连锁机构开设自营的线上书店，线上销售领域竞争将更加激烈。

3、行业市场化程度

（1）文化体制改革

2003年以来，我国开始推行文化体制改革，含出版业在内的整个文化传媒产业市场化程度都大大提高。2018年12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的规定》，从公司制股份制改革、国有文化资产管理、资产和土地处置、收入分配、社会保障、人员安置、财政税收、法人登记、党的建设等角度进一步细化国有经营性文化事业单位转企改制需要关注的问题。目前我国绝大多数大型出版集团的事业单位改制工作已经完成。

（2）参与主体结构

据《2019年新闻出版产业分析报告》，2019年全国共有新闻出版单位24.0万家，较2017年增长3.6%，其中：法人单位14.2万家，降低1.2%，占单位总数的59.2%，减少2.9个百分点；非法人单位0.9万家，增长3.1%，占3.7%，与去年基本持平；个体经营户8.9万家，增长12.3%，占37.1%，提高2.9个百分点。2019年，全行业共有企业法人单位14.0万家，较2018年降低1.2%，占全行业法人单位和非法人单位（不包括个体经营户）总数的92.4%。企业法人单位营业收入18,200.9亿元，增长1.7%，占全行业营业收入的96.3%，提高0.4个百分点；资产总额23,055.8亿元，增长6.1%，占全行业资产总额的95.6%，提高2.4个百分点；利润总额1,202.0亿元，降低2.3%，占全行业利润总额的94.8%，减少0.6个百分点。

（3）上市情况

出版传媒上市公司规模不断扩大，保持稳健发展态势。据《2019年新闻出版产业分析报告》，截至2019年12月31日，中国内地在内地和香港上市的出版传媒公司共计42家。其中，出版公司15家，报业公司5家，发行公司8家，印刷公司10家，新媒体公司5家；在内地上市39家，在香港上市4家。2019年，出版公司、发行公司主业收入持续增长，出版公司编印发主业收入整体比例77.5%，提高5.2个百分点。各公司持续探索转型升级、融合发展之路，成效明显。

（五）发行人在行业中的竞争地位

公司承继了浙版集团出版、发行和印务的主业资产，出版产品涵盖图书、期刊、音像制品、电子出版物、新媒体等多种形态，形成了传统出版发行业态与数字出版、数字教育、互联网发行等新兴业态相融合的多元文化业态格局。鉴于行业排名或奖项评选对象多为省级出版发行集团，且浙版集团作为本公司的控股股东，行使股东职权对公司进行股权管理并享有资产收益，招股意向书部分引用了浙版集团的有关信息来说明公司的市场地位。

1、出版领域的市场地位

公司拥有图书、期刊、音像制品、电子出版物、网络出版等各项出版业务资质。据《2019年新闻出版产业分析报告》，按主营业务收入、资产总额、所有者权益和利润总额4项经济规模指标对全国图书出版集团的总体经济规模进行综合评价，浙版集团在全国图书出版集团中排名第6位。

在传统出版领域，公司坚持精品出版战略，各出版单位坚持在其擅长的专业领域垂直深耕，着力在细分领域打造精品。截至2020年12月31日，公司及其下属单位获得“中宣部精神文明建设‘五个一工程’奖”、“中国出版政府奖”和“中华优秀出版物奖”共计93项，纳入国家“十三五”重点出版规划项目共计76项，纳入国家出版基金资助项目共计72项，获得中宣