

上海新华传媒股份有限公司 关于对上海证券交易所《关于对上海新华传媒股份有限公司 2017 年年度报告的事后审核问询函》回复的公告

特别提示

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

上海新华传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于 2018 年 5 月 15 日收到上海证券交易所下发的《关于对上海新华传媒股份有限公司 2017 年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2018】0517 号）。根据上海证券交易所的要求，公司对所列问题逐项进行了认真核实，现回复如下：

一、关于公司经营业务

1、根据公司年报，公司报刊及广告业务实现营业收入 1.56 亿元，同比减少 22.49%；营业成本 0.89 亿元，同比下降 44.28%；毛利率比去年增加 22.37 个百分点至 42.80%。此外，公司 2017 年与控股股东及股东子公司发生广告代理业务的关联交易共计 1.24 亿元，占同类交易金额比例为 52.77%，关联交易定价原则为市场价或协议价。请公司：

（1）说明报刊广告业务毛利率大幅提高且明显高于行业平均水平的原因及合理性，请公司年审会计师发表意见；

答：公司报刊及广告业务包括平面媒体广告代理业务和非平面媒体广告代理业务，就这两项业务的毛利率分别说明如下：

1) 平面媒体广告代理业务

平面媒体广告包括且不限于房地产广告、汽车广告、快消品广告、化妆品广告等。该项业务的毛利率高低受上述产品结构的权重变化而不同。平面媒体广告毛利率数据如下：

表一：

	新华传媒	华媒控股	博瑞传播
毛利率	26.55%	33.75%	20.42%

注：以上数据为 2017 年度报告中的公开数据，其中华媒控股为广告及策划业的毛利率。

通过表一可知，公司平面媒体广告毛利率水平处于市场正常水平。

2) 非平面媒体广告代理业务

2017 年公司积极探索业务转型，拓展了全资子公司之间的业务协同，其中上海中润解放传媒有限公司（以下简称“中润解放”）根据客户需求，利用上海新华传媒连锁有限公司（以下简称“新华连锁”）旗下近百家新华书店销售网点的区位和空间优势，开展广告代理合作，根据双方签订的《广告代理合作协议》：新华连锁特别指定中润解放为新华书店线下实体店海报、店内易拉宝、单页、户外等店头广告的独家授权广告代理商。本次合作由于使用的是公司内部现有沉没资源，不但具有显著的成本优势，而且行业内也不具有可比性。

年审会计师意见：

对于上述两类业务，我们查验了广告刊登的合同、刊例确认单、广告刊例表及发布样稿等，并执行了函证以及抽查业务发票和收款凭证取证等程序，对业务的真实性和完整性进行了审核。我们认为，公司整体的广告业务毛利情况真实的反映了公司上述业务的实际情况。

(2) 结合同行业可比业务情况，说明广告代理业务关联交易定价的公允性，是否存在利益输送情形，并请公司年审会计师发表意见。

答：公司广告代理业务关联交易定价方式为协议价格。

根据 2007 年 5 月签署的《解放日报报业集团与上海中润解放传媒有限公司有关广告总代理的合作协议》（以下简称“总代理合作协议”）以及 2007 年 5 月 24 日于上海证券交易所网站披露的《向特定对象发行股票购买资产暨关联交易报告书》第七节关联交易管理：“该等关联交易协议的签订遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，协议内容明确、具体，关联交易活动遵循了商业原则，关联交易的价格制定不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准”，此总代理合作协议的定价符合当时的商业原则。此后，公司一直沿用总代理合作协议中关联交易约定的价格并结合市场实际情况开展广告代理业务，不存在利益输送的情形。

年审会计师意见：

新华传媒平面广告业务的关联交易自 2008 年上海报业集团（前身为解放日报报业集团）置入资产时即开始发生，关联交易的定价模式系在结合商业原则和市场因素的情况下双方协议定价，关联交易的模式和定价方式一直执行至今。我

们查验取证了广告代理合同，广告刊例分成结算单等，对广告刊例实际情况与媒体版面进行核对，以确认结算单据数据的真实性和完整性，结算分配的合理性。我们认为，新华传媒与关联方之间的广告代理业务不存在利益输送情形。

2、年报称 2016 年实现教材教辅销售量为 5429 万册，但 2016 年年报披露实现教材销售量为 4560.98 万册，公司披露称数据不一致口径有变化，但对于教材教辅的销售码洋和营业收入却未发生变化。请补充披露上述口径的具体变化情况及合理性。

答：公司 2016 年年报中教材教辅销售量统计口径是按自然月统计，为 4560.98 万册。由于该年春节较早，为了不影响学生开学时课本的正常使用，部分 2016 年春季教材（868.02 万册）于 2015 年 12 月份发货，2016 年教材教辅累计销售量是 5429 万册。2016 年的销售码洋和营业收入与 5429 万册是完全匹配的。

为保持统计口径的一贯性，使销售码洋与销售量相匹配，便于以后年度同期对比，更加真实反映销售量的变化，故对 2016 年度教材教辅销售量在 2017 年度报告里进行了更正和说明。详见 2017 年度年报出版传媒行业经营性信息分析。

二、关于公司财务

3、根据公司年报，报告期内公司非经常损益明细中，非流动资产处置损益为 7566 万元，其他符合非经常性损益定义的损益项目为 7173.74 万元，合计 1.47 亿元。公司 2017 年归母净利润为 0.45 亿元，上述非经常损益项目对公司 2017 年业绩盈亏影响重大。此外，依据前期公告，公司转让新华成城 40%股权转让的工商变更登记工作于 2017 年 12 月下旬完成各方资料准备和相关文本签署，取得了上海市工商行政管理局受理凭据。2018 年 1 月 3 日，新华成城完成了相关工商变更登记。公司在 2017 年度确认该项股权处置损益 7138 万元。请公司：

(1) 结合新华成城公司章程和股东名册中股东变更时点、受让方实际参与新华成城的财务和经营决策的时点以及股权转让工商变更完成时点，说明将新华成城 40%股权处置收益计入 2017 年度损益的合理性，是否符合相关企业会计准则，并请公司年审会计师发表意见，同时说明针对上述交易事项所履行的审

计程序、取得的审计证据、作出审计判断及收入确认的依据；

答：新华成城于 2017 年 11 月 30 日召开了股东会，审议通过：1) 同意股东上海新华发行集团有限公司受让上海新华传媒股份有限公司持有的新华成城 40% 股权，其他股东放弃有限购买权；2) 选举黄文福、李鹏程为公司董事会董事，免去陈剑锋、诸巍（原为公司委派）董事职务；3) 通过公司章程修正案。据此，新华成城公司章程和股东名册中股东变更生效时点，同时也是受让方实际参与新华成城的财务和经营决策时点，均为 2017 年 11 月 30 日。

新华成城于 2017 年 12 月 28 日收到了上海市闵行区市场监督管理局出具的《企业登记申请收件凭据》。基于新华成城公司内部治理结构和上海市闵行区市场监督管理局均对本次股权出让完成了实质性的确认，公司按照相关企业会计准则于 2017 年度确认新华成城 40% 股权处置收益。详见上海证券交易所网站披露的《关于新华成城股权转让进展情况的公告》（临 2018-001）

年审会计师意见：

我们查验获取了新华传媒转让新华成城股权的董事会决议，交易双方签订的转让协议，产权交易所的交易确认书，新华成城的董事会决议、工商变更登记信息和章程。我们认为，截至 2017 年末，上述股权已在产权交易所交易完成，股权交易对价已支付完毕，新华成城公司章程和股东名册已变更，新华传媒委派的董事已卸任，新股东发行集团委派的董事也已就任，新华成城已向所属工商管理部门申请股东及章程变更登记并在年内取得受理回执，至此股权转让的实质已完成，后续证照的换发于 2018 年 1 月 3 日取得。

因此，上述股权交易的实质性程序已在 2017 年度内完成，新华传媒不再拥有新华成城股权，也无法对其实施重大影响，该股权交易相关的经济业务收益计入 2017 年度财务报表是符合《企业会计准则》相关规定的。

(2) 其他符合非经常损益定义的损益项目的具体构成，交易背景、收入确认时点及其合理性。

答：其他符合非经常性损益定义的损益项目具体构成为：本年度财务资助利息收入 7173.74 万元。

公司将所持新华成城 40% 股权以资产评估价格 7,125 万元(以国资备案为准) 协议转让给新华发行集团。同时新华发行集团自标的股权的协议转让取得产权交

割单之日起即自动有偿受让“特定股东债权”届时所对应的全部债权；新华发行集团应自产权交割之日起六个月内向本公司支付“特定股东债权”款项并须将该等“特定股东债权”本息余额降低至6亿元以内。详情请见上海证券交易所网站《关于转让成城管理公司40%股权及债权暨关联交易的公告》（临2014-039）。据此，该等“特定股东债权”2017年度应计并确认的利息收入为7173.74万元，此笔利息收入已于2018年3月份收到。

4、公司年报称，报告期内销售费用和管理费用合计较上年同期减少2219.08万元，其中用人费用减少1722万元，主要系公司人员减少导致，公司2017年在职员工数量合计1890人，较去年减少63人，请公司结合公司在职人员的薪酬水平说明上述原因的合理性。

答：用人费用减少1722万元的主因如下：

（1）全年员工净减63人，主要是正式退休员工。公司平均用人费用为13万元/人/年，当年自然减员用人费用同比减少819万元；

（2）社保缴费比例下调：2017年1月1日起，上海市人力资源和社会保障局调整了单位医疗保险、失业保险费缴费比率，分别下调0.5%，残疾人就业保障金缴费比率由1.6%调整为1.5%，我公司在整体基数不变的情况下，因上述调整因素导致社保费用同比减少约200万元；

（3）福利费：公司每年都会根据经营情况，确定员工福利。据此，本年度员工福利费同比减少约200万元；

（4）上市前公司为改制员工办理了员工互助保障计划，2010年5月起，根据上海市委宣传部《关于同意〈关于新华发行集团改制职工权益保障资金及其收益使用安排专题会议纪要〉的批复》（沪委宣【2009】582号），公司改以增缴补充公积金方式替代原计划；2017年，根据上海市公积金管理中心《关于2016年度上海市调整住房公积金缴存基数、比例以及月缴存额上下限的通知》（沪公积金管委会[2016]9号），公司停止执行增缴方式，改为其他方式操作。以上因素导致用人费用同比减少约500万元。

5、公司应收账款对象较为集中、坏账率高、账龄较长，根据公司年报，报

告期内公司应收账款按欠款方归集前五名累计为 9674 万元，占应收账款合计比例为 59.27%，计提坏账准备 9304 万元，占应收账款前五名总数的 96.17%，账龄 2 年以上的应收账款额占总额的 61.51%。请公司补充披露：

(1) 前五名应收账款的交易对方并列明是否为公司关联方、交易背景、账龄、款项回收的进展及可能存在的风险；

答：公司应收账款前五名信息如下：

表二：

单位：万元

单位名称	是否为关联方	交易背景	账龄	应收账款余额	坏账准备	计提比例
上海得胜广告传媒有限公司	否	系媒体房产广告代理商	1 年以内	9.84	0.00	--
			1-2 年	1,800.00	1,440.00	80%
			2 年以上	1,183.56	1,183.56	100%
陕西世纪锦绣教育图书有限公司	否	系图书批发客户	10 年以上	2,759.36	2,759.36	100.00%
上海致通文化传播有限公司	否	系申报传媒广告代理商	4-5 年	1,563.99	1,563.99	100.00%
上海年益通讯器材有限公司	否	系手机销售代理商	8 年	1,318.17	1,318.17	100.00%
上海智高广告有限公司	否	系媒体分类广告代理商	3-4 年	1,038.93	1,038.93	100.00%
合计	否	--	--	9,673.84	9,304.01	96.18%

款项回收进展及可能存在的风险：公司对上述客户应收账款倾力多种方式和途径催讨，目前仍未有可收回迹象，所以财务部门根据企业会计准则和坏账计提标准，计提了相应的应收账款坏账准备，详见表二。

(2) 结合公司业务模式，分析说明公司应收账款余额比较集中并大额计提减值准备的原因，以及相关的计提依据；

答：上述 5 家客户的应收账款为多年形成，详见表二账龄部分。

公司对坏账的跟踪、管理是不断完善的，为了加强应收账款的管理，于 2015 年出台了《应收款项管理制度》，特别制定了客户的信用等级与奖惩。

大额计提减值准备的原因详见问题 5（1）的答复。

（3）结合同行业情况和公司的信用政策，详细说明公司应收账款账龄较长的原因，并核实坏账准备计提是否充分；

答：应收账款按账龄计提的比例同行业对比如下：

表三：

	应收账款按账龄计提的比例					
	半年以内 (含半年)	1 年以内 (含 1 年)	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5 年以上
新华传媒 (图书连锁以 及其他板块)	--	5%	10%	20%	40%	100%
新华传媒 (广告板块)	--	50% 半年至一年	80%	100% 两年以上		
皖新传媒	--	5%	10%	20%	40%	100%
华媒控股	--	5%	10%	20%	50%~80%	100%
粤传媒	--	1%	5%	30%	80%	100%
博瑞传播	--	5%	10%	30%	50%~80%	100%

公司信用政策：根据公司《应收款项管理制度》，“分析评估获取的客户资信，建立客户档案，设定授信额度，制定信用政策。在与客户进行业务往来的过程中随时补充信息，对客户档案进行动态管理”。

综上，公司严格根据会计政策按账龄对其计提坏账准备，与同行业对比（详见表三）符合行业规律且制定合理，充分计提（详见表二）。

（4）年审会计师意见：

答：新华传媒应收账款余额前五名的客户与公司不存在关联关系，相关业务的交易背景均系广告代理和图书批发等，由于客户经营情况、市场风险等原因，新华传媒的债权未能得到清偿。公司已按照自身业务模式结合市场同行业公司情况，制定合理的信用政策和会计政策，并计提坏账准备。

我们按照公司会计政策对应收账款及坏账准备进行了复核，基于应收账款余额的业务背景和真实性，已经业务发生各年度的营业收入查验程序予以确认。新

华传媒现有的会计政策符合公司信用政策及实际经营业务需求，与同行业公司的相关业务比较是合适、谨慎的，公司前五名的客户的应收账款披露合理，应收账款坏账准备计提充分。

6、公司 2017 年末商誉账面余额为 3.30 亿元，2017 年度计提商誉减值准备 7700 万元。请公司结合已确认商誉的子公司近三年经营情况，逐家披露公司计提或不计提商誉减值准备的原因、依据及合理性，公司未来是否存在大额商誉减值的风险，若是，请充分提示风险。请会计师核查并发表意见。

答：2017 年末公司商誉账面余额为 3.30 亿元，商誉及商誉减值准备构成如下：

表四：

单位：万元

单位	商誉原值	2017 年 计提减值	累计计提 减值	账面净值
上海中润解放传媒有限公司 (以下简称“中润解放”)	49,648	7,700	16,600	33,048
上海杨航文化传媒有限公司 (以下简称“杨航文化”)	2,815	---	2,815	0
合计	52,463	7,700	19,415	33,048

2017 年末公司商誉账面余额为 3.30 亿元，即中润解放商誉账面余额。近三年，中润解放经营情况如下：

表五：

单位：万元

	2015 年度	2016 年度	2017 年度
总资产	99,481.56	100,934.55	102,355.09
净资产	27,920.54	31,263.25	30,724.77
营业收入	27,603.34	23,584.72	16,849.44
净利润	4,210.12	7,633.11	7,378.75

从表五中可见，除营业收入指标外，其他四项财务指标变动不大，而营业收入指标是反映公司业务成长能力及业务结构的变化的重要指标。2017 年因中润解放平面媒体广告代理业务持续下滑以及预期还有下滑趋势，所以公司对中润解放未来经营进行预测，综合考虑市场环境、媒体差异、代理媒体市场地位、公司规模及实际经营情况等因素进行商誉减值测试。

2010 年度、2013 年度、2014 年度和 2017 年度已分别计提商誉减值 1,600 万元、3,300 万元、4,000 万元和 7,700 万元，2017 年末商誉账面余额为 3.3 亿元。其中 2017 年我们聘请外部第三方评估机构对中润解放整体资产进行评估，按相应的评估值计提了商誉减值。

商誉减值风险提示：我们已在每年的定期报告中充分及时披露，详见上海证券交易所网站披露的年度定期报告中第四节“经营情况讨论与分析”-“三、公司关于未来发展的讨论与分析”-“(四)可能面对的风险”-“4、商誉减值风险”。

年审会计师意见：

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》的有关规定，企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。公司已确认商誉的子公司有两家，杨航文化和中润解放。

杨航文化的商誉为 2,815 万元，因其业务可持续性不确定，已于 2015 年度全额计提减值。

中润解放的商誉为 49,648 万元，2017 年以前已计提减值 8,900 万元，公司聘请具有期货证券从业资格的海东洲资产评估有限公司对中润解放 2017 年 12 月 31 日的股权价值，进行以财务报告为目的的公允价值评估，该评估采用收益法计算，并出具《上海中润解放传媒有限公司以财务报告为目的的评估报告》（东洲评报字【2018】第 0241 号）。经评估，中润解放的可回收金额为 58,900 万元，并据此计提商誉减值准备 7,700 万元。我们取证了相关评估报告并对估值方式进行复核，评估新华传媒对商誉减值测试时采用的关键假设和方法及相关参数的合理性，复核商誉减值计算过程及信息披露。我们认为，公司对中润解放计提的商誉减值合理、审慎，并且充分考虑了未来可能存在的市场风险。

7、根据年报，公司对音像制品和电子出版物和文教用品类库存商品无论其

库龄长短都不进行减值准备计提。请公司对比同行业情况说明上述库存商品不计提减值准备的合理性，并请公司年审会计师发表意见。

答：根据公司相关业务合同，音像制品和电子出版物和文教用品类商品均属于可退货商品，在我公司保管期间发生的存货损失均于当期确认。会计人员通过对业务合同的识别和业务交易实质确认以及相关会计政策认定，上述库存商品不需计提存货跌价准备。

年审会计师意见：

根据新华传媒与供应商签订的协议，音像制品和电子出版物和文教用品类库存商品属于可退类商品。我们对该类业务的合同进行了查验并对相关库存商品的退货情况进行了抽样，以了解论证业务实际执行与政策制定的一致性。我们认为，按照公司该类库存商品制定的相应的存货减值会计政策是合理的。

三、关于信息披露规范

8、公司 2017 年报第三节公司业务概要部分，与公司 2015 年、2016 年报叙述基本一致，请公司结合近三年国家宏观经济形势、国家行业政策、行业发展状况、公司行业地位、公司竞争地位的变化情况，严格按照《格式准则第 2 号》、《上市公司行业信息披露指引第十三号—新闻出版》（以下简称《十三号指引》）等规则的要求对相关内容进行更正、补充。

答：1、“（一）外部因素变动及影响、公司应对措施”中的“宏观经济形势”、“国家及行业政策”和“新兴业态”更新如下：

（1）宏观经济形势

国内经济已经从高速发展阶段进入高质量发展阶段，中国特色社会主义已经进入新时代。党的十九大对社会主要矛盾作出了新论断，我国社会主要矛盾变为“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”，人民群众对美好生活的需要将加大对文化产品的需求。

（2）国家及行业政策

近年来，政府先后出台了一系列促进文化产业发展的政策，推动文化产业成为国民经济的支柱产业。

2015 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推动国有文化企

业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》，提出“打造一批核心竞争力强的国有或国有控股骨干文化企业，使之成为文化市场的主导力量和文化产业的战略投资者，推动传统媒体与新兴媒体融合发展，强化互联网思维，实现跨媒体、全媒体发展；完善各级文化产业发展专项资金使用管理，加大对社会效益突出的产业项目扶持力度”。

2015年11月，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》要求文化产业要成为国民经济支柱性产业，加快文化改革发展，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，加快媒体数字化建设。

2016年3月，第十二届全国人民代表大会第四次会议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，提出要丰富文化产品和服务，推进文化事业和文化产业双轮驱动，实施重大文化工程和文化名家工程，为全体人民提供昂扬向上、多姿多彩、怡养情怀的精神食粮。加快发展现代文化产业，深化文化体制改革。加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业转型升级；大力发展文化创意产业，促进文化与科技、信息、旅游、体育、金融等产业融合发展；推动文化企业兼并重组，扶持中小微文化企业发展；扩大和引导文化消费。

2016年6月，中宣部、国家新闻出版广电总局、国家发展改革委、教育部、财政部、住房和城乡建设部、商务部、文化部、中国人民银行、国家税务总局、国家工商总局等11部门联合印发了《关于支持实体书店发展的指导意见》。《指导意见》指出，到2020年，要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系，形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局；《指导意见》提出了推动实体书店建设的6项主要任务：加强城乡实体书店网点建设，创新实体书店经营发展模式，推动实体书店与网络融合发展，提升实体书店信息化、标准化水平，加大实体书店的优秀出版物供给，更好发挥实体书店的社会服务功能。

2017年4月，文化部发布《“十三五”时期文化产业发展规划》，《规划》明确了“十三五”时期文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施，并以8个专栏列出22项重大工程和项目，着力增强可操作性，是指导“十

三五”时期文化系统文化产业工作的总体规划。

2017年12月，中共上海市委、上海市人民政府印发《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》，围绕着力推动文化创意重点领域加快发展、构建现代文化市场体系、引导资源要素向文化创意产业集聚等提出50条举措。未来五年，上海文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到15%左右，基本建成现代文化创意产业重镇。

(3) 新兴业态

1) 新经济下的消费升级和内容升级

从文字、图片到视频/短视频、直播，从报纸、电视、广播到电脑、手机以及其他智能设备，互联网的快速发展，使人们获取信息的途径和形式发生了巨大变化。经历过直播、VR等技术风口的渐次爆发，目前主流的内容载体包括资讯、视频、短视频及直播等。多元内容载体的蓬勃发展，见证了网民内容消费习惯和偏好的不断升级。

2) 移动新闻资讯应用已成为获取信息的主流渠道之一

在移动设备增长、网速提升、带宽费用降低等大背景下，PC流量快速向移动端迁徙，移动网民快速扩张。受到上网习惯改变和生活节奏加快影响，人们的上网行为呈现出碎片化的特征。与PC时代获取信息的传统门户、浏览器等相比，移动新闻资讯应用降低了新闻资讯的获取门槛，能够满足人们随时随地碎片化地获取信息的需求，已成为获取信息的主要渠道之一。

3) 新兴技术的产业化应用为新闻资讯领域注入活力

2017年是各种新兴技术爆发式发展的一年，直播、短视频已成互联网基础设施之一，VR、AR、人工智能等也在应用层面上多点开花。新兴技术的快速发展，引起了市场的高度关注，加速了技术风口的到来。新兴技术为人们带来了全新的获取资讯的方式，其产业化应用，促进了新闻资讯领域的技术升级，并为其注入了新鲜活力。

2、“(二) 行业发展状况、公司行业地位、公司竞争地位等情况”中“行业发展状况”更新如下：

行业发展状况

（1）发行行业

根据《2016年全国新闻出版业基本情况》，2016年，全国共有出版物发行网点163102处，与上年相比下降0.33%。其中新华书店及其发行网点8996处，与上年相比增长0.87%；供销社发行网点75处，与上年相比下降86.03%；出版社自办发行网点420处，与上年相比下降1.18%；邮政系统发行网点39358处；上述系统外批发网点8381处；集个体零售网点105872处。我国的图书发行渠道主要可分为国有渠道（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（主要为网上书店）。

通过数年来的改革与连锁经营的推进，全国初步形成了23家新华书店发行集团，如山东新华书店集团有限公司、四川新华发行集团有限公司、安徽新华发行（集团）控股有限公司、上海新华发行集团有限公司等。虽然新华书店在图书发行市场长期占据龙头地位，但在一般图书市场上，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；在教材图书市场上，虽然新华书店的专营地位因教材出版和发行招标而不再绝对化，但基于招标准入门槛的存在，新华书店现行图书发行渠道绝对优势地位尚未被撼动。此外，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，大力拓展图书发行业务。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，这些民营书店创造了多种经营模式并实现盈利性扩张。但与此同时，民营书店的一些共性问题，如经营管理有待规范、品牌影响欠缺、资金不足，仍将在未来较长时间内成为民营书店发展的瓶颈。

此外，随着电子技术的发展、网络普及率的提高，网上书店的销售份额迅速增加。如营运较为成功的当当网、亚马逊、京东等网上书店，其发展潜力及在发行领域内的竞争力，将有更大的拓展。

（2）报刊行业

据国家新闻出版广电总局规划发展司发布的《2017年出版传媒上市公司上半年经营情况分析报告》显示，截至2017年6月底，4家报业公司实现营业收入30.66亿元，增长率为-9.73%；《报告》指出，报刊业务全线下滑，部分报业公司寻求转型。传统报刊业务发展形势依然严峻，全部4家报业公司传统报刊发行及广告业务均出现不同程度下滑。

相关更正、补充信息详见上海证券交易所网站披露的《2017 年年度报告》(修订版)。

9、年报称,公司拥有《新闻晨报》广告经营代理权和《申江服务导报》、《上海学生英文报》等知名报刊的经营权,公司经营《申江服务导报》在上海消费服务类报纸市场名列前茅。请公司严格按照《格式准则第 2 号》、《十三号指引》等规则的要求,补充披露《申江服务导报》、《上海学生英文报》的主要发行区域、对应营业收入、订阅和零售的发行量及占比、市场占有率。

答:《申江服务导报》、《上海学生英文报》相关信息如下:

(1)《申江服务导报》主要发行区域90%为上海地区,10%为江浙地区,对应2017年度营业收入为514.59万元;纸质发行量中,订阅发行量占15%,零售发行量占85%;在上海消费服务类周报中仅有《申江服务导报》一家。

(2)《上海学生英文报》主要发行区域以上海各区所属学校为主,对应2017年度营业收入为689.10万元;订阅和零售的发行量:订阅发行量599.7万份,无零售;发行业务市场占有率约为35%(根据目前上海市场英语学生类媒体的大致发行总量测算)。

10、年报称,公司网店销售码洋突破 4000 万元,实际销售规模同比增长 1000 余万元。请公司严格按照《格式准则第 2 号》、《十三号指引》等规则的要求,分别补充披露其通过品牌电商平台、自建平台实现的营业收入及占比。

答:公司通过品牌电商平台、自建平台实现的营业收入及占比如下:

	销售码洋 (单位:万元)	占比(%)
品牌电商平台	3733	92.16
自建平台	318	7.84

11、年报中,报刊出版发行的收入和成本构成中多项期初数与 2016 年年报披露期末数不符,请核实原因并更正。

答:由于工作人员失误,导致部分行次错乱,更正后如下:

报刊出版发行的收入和成本构成

单位：万元 币种：人民币

	报纸		
	去年	本期	增长率 (%)
营业收入：			
发行收入			
广告收入	19,413.87	14,898.48	-23.26
服务或活动收入	3,413.64	4,630.22	35.64
报刊经营收入	731.80	716.5	-2.09
营业成本：			
印刷成本			
发行成本			
报刊经营	2,007.04	291.86	-85.46
广告成本	14,021.72	8,639.63	-38.38
服务或活动成本	722.03	818.63	13.38
毛利率	28.90%	51.84%	上升 22.94 个百分点

特此公告。

上海新华传媒股份有限公司董事会

二〇一八年五月二十三日