

证券代码：300788

证券简称：中信出版

公告编号：2024-025

中信出版集团股份有限公司 2024 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

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

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	中信出版	股票代码	300788
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张海东	孙微	
电话	010-84156171	010-84156171	
办公地址	北京市朝阳区东三环北路 27 号嘉铭中心 A 座 5 层	北京市朝阳区东三环北路 27 号嘉铭中心 A 座 5 层	
电子信箱	IR@citicpub.com	IR@citicpub.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	805,036,878.45	872,652,541.15	-7.75%
利润总额（元）	118,949,953.33	94,554,598.22	25.80%
归属于上市公司股东的净利润（元）	92,886,299.17	90,845,472.25	2.25%
归属于上市公司股东的扣除	91,058,067.55	89,468,176.01	1.78%

非经常性损益的净利润 (元)			
经营活动产生的现金流量净额 (元)	-16,882,692.86	46,872,004.97	-136.02%
基本每股收益(元/股)	0.49	0.48	2.08%
稀释每股收益(元/股)	0.49	0.48	2.08%
加权平均净资产收益率	4.32%	4.33%	-0.01%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	3,311,366,199.85	3,337,476,742.68	-0.78%
归属于上市公司股东的净资产 (元)	2,139,794,330.36	2,105,855,000.84	1.61%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股 股东总数	16,924	报告期末表决权 恢复的优先股股 东总数(如有)	0	持有特别表决权 股份的股东总数 (如有)	0	
前 10 名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)						
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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
中国中信有限 公司	国有法人	62.70%	119,225,000.00	0		
中信投资控股 有限公司	国有法人	10.80%	20,536,364.00	0		
香港中央结算 有限公司	境外法人	0.34%	646,156.00	0		
兴业银行股份 有限公司一南方 金融主题灵活 配置混合型证 券投资基金	其他	0.27%	518,800.00	0		
中国银行股份 有限公司一招商 体育文化休闲 股票型证券投 资基金	其他	0.23%	435,800.00	0		
中国农业银行 股份有限公司一 交银施罗德启 欣混合型证券 投资基金	其他	0.21%	400,000.00	0		
上海泰唯信投 资管理有限公司 一泰唯信价值 增长股票型证 券投资基金	其他	0.20%	380,000.00	0		
#王永涛	境内自然 人	0.19%	354,700.00	0		
焦黎明	境内自然 人	0.17%	319,400.00	0		
中国建设银行 股份有限公司	其他	0.16%	300,000.00	0		

一银河文体娱乐主题灵活配置混合型证券投资基金						
上述股东关联关系或一致行动的说明	中信投资控股有限公司是中国中信有限公司的全资子公司；除前述情况外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东王永涛除通过普通证券账户持有 184,100 股外，还通过东方财富证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 170,600 股，实际合计持有 354,700 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

（一）公司上半年主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 80,503.69 万元，同比下滑 7.75%；实现税前利润总额 11,895.00 万元，同比增长 25.80%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,288.63 万元，同比增长 2.25%。公司第二季度实现营业收入 40,298.19 万元，环比第一季度上升 0.23%；第二季度实现归属于上市公司股东的净利润 5,501.09 万元，环比第一季度上升 45.24%。公司通过数智赋能、出品优化、销售控价等举措，促使出版业务毛利率同比提升 3.68 个百分点，实现税前利润同比大幅增长。

1. 坚持以人民为中心优化文化服务，加速提升国际传播效能。

报告期内，公司入选国家和部委级奖项、国家重点资助及推荐项目总计 16 项，获得行业协会和专业媒体重点推荐 171 项。其中，《看不见的孩子：一座美国城市中的贫困、生存与希望》获第十九届文津图书奖；《动物王朝》《生命密码 2》《超级大脑在想啥？漫画医学大突破》《神奇物种：中国野生动物保护百年》（英文版）入选科技部 2023 年全国优秀科普作品；《发展与超越：中国式现代化的核心问题与战略路径》入选 2024 年度国家出版基金资助项目等。年初

推出《新质生产力——中国创新发展的着力点与内在逻辑》和《读懂新质生产力》，汇集国内一线专家学者对新质生产力的解读和运用思路，第一时间面向广大读者进行了宣传和引导。

上半年，公司累计对外输出版权 144 种，在国家社科基金中华学术外译项目和文学版权输出方面取得突破性进展。公司积极助力国家区域协调发展战略，组建长三角融合出版中心，融入长三角文化高地建设；在西部战略腹地重庆主办“陆海财经论坛”，来自 20 余国的中外嘉宾 200 余人应邀参会，围绕全球产业和供应链新局分享深刻洞察，助力中国企业跨境出海。公司积极筹备第四届“ESG 全球领导者大会”，将于下半年隆重推出。

2. 大众出版龙头地位稳固，优质内容供给领跑细分赛道。

年初确定的“十大重点出版工程”稳步落实，根据开卷报告数据，2024 年上半年中信出版图书实洋市占率 2.68%，在全国单体出版社中排名第一。从细分产品线看，公司在经管、科普、心理自助、传记分类中，稳居第一；少儿和生活类，位居第二。

少儿文化集团以中信童书为基础，正式发布“多元立体阅读体系”。打通各年龄阶段阅读分级，推出六大产品服务——与国际一流教育专家合作研发的产品体系、科普融合出版探索计划、“发光读书会”公益阅读项目、全国儿童故事大赛、研学业务以及线上图书馆。

成立动漫事业部加速推进动漫文创战略。1-6 月，动漫图书出版收入规模同比增长 30%。在开卷监测的一季度动漫游戏标签市场中，公司动漫品类图书市场占有率位居第二，实洋品种效率高达 31.47，是第一名的 8.6 倍。围绕 IP 逻辑，在周边衍生品领域加大布局，已与环球影城达成小黄人、功夫熊猫衍生品合作，另获得“葬送的芙莉莲”等 IP 的衍生品运营授权。

3. 持续创新版权合作和内容策划，数智赋能出版发行全流程。

公司持续强化版权优势，积极开拓国际作者合作新模式，已签约凯文·凯利（K.K）与中国作者联合创作项目。公司研发的夸父 AI 数智出版平台覆盖选题评估、内容策划、翻译试译、文本创作、营销素材、渠道分发、电商运营等 17 个应用场景、122 个 AI 应用，在出版全流程 10 大环节、101 个流程节点上通过大数据分析和 AI 技术应用持续提质增效。营销管理体系逐步由大众化向分众化聚焦，深挖内容价值，结合数据反馈，精准定位用户、热点话题和图书优势品类并高效匹配，深度运营垂类用户。新媒体自播树立业内标杆。

4. 知识服务全面升级为数智服务，积极构建融合出版新生态。

公司于 7 月初正式发布数智化发展战略，在基础设施层开放与模型技术公司合作；在平台层不断升级迭代书讯出版平台、夸父 AI 平台，并着力构建出版知识库；在应用场景层打造以中信书院为端口的数字阅读场景，以知新学习平台为核心的企业学习培训场景，以及包含多模态知识 IP 矩阵的虚实互动场景。围绕国家战略重点议题和产业数字化转型升级大势，汇聚全球一流专家学者共建“知识共同体”，打造数智化知识服务体系。报告期内，中信书院 app 在架数字产品超 10,000 种，累计注册用户超 1,300 万；成功主办陆海财经论坛，企业线下培训和研学常态化，信选商城业务快速增长，加大力度研发中信知识礼物系列产品，知新企业培训平台正式上线，企业知识服务收入规模同比增长 15%。

5. 文化消费业务重新定位城市文化空间运营，融入城市人文新经济。

文化消费业务定位城市文化空间运营，积极构筑城市人文风景，引领时尚生活潮流。中信书店坚持打造内容策划、选品、供应链等专业能力，门店坪效同比增长超 37%；中信书店新媒体矩阵快速铺建，以内容引领消费，累计阅读/观看量过亿，“平行书店”盈利能力获得较大提升；继续拓展“超级品牌实验室”计划，与各类头部传媒消费企业深度合作，拓展文化空间边界，联合英国 DK 集团联合策划的“致·好奇心——DK 50 周年自然典藏百科展”于 7 月开展，抖音旗舰店、动漫主题店将于下半年发布面市。

（二）核心竞争力分析

1. 品牌影响力

公司立足国有文化企业使命责任，积极融入社会主义文化强国建设大局，文化影响力和市场引领力不断提升。将战略规划、产品/模式创新、生态联盟、品牌发布一体化推进，上半年成功举办 2024 年合作伙伴大会、“中信出版之夜——国际合作伙伴交流会”“重塑童书出版的未来”品牌发布会暨少儿多元立体阅读体系发布会、数智阅读品牌和数智化战略发布会等多项活动。以《什么是重庆》一书成功撬动区域性资源合作，举办“机遇中国·品牌重庆”系列活动，赋能山城重塑城市发展机遇。公司签约作者数量、合作伙伴数量、线上活动传播量、线下到会嘉宾和参会人数均创新高，体现公司品牌号召力和影响力不断增强。

2. 版权优势和内容策划力

公司国际化版权运营优势显著，本土原创版权运营体系日臻完善。公司通过专业的知识体系、敏锐的市场判断力、开放的企业文化，塑造出可持续生发创意和运营创意的核心能力。不局限于图书的策划出版，更打造出特色文化活动和文创调性，甚至用一本书撬动一座城，以内容策划力无限拓展出版边界。

3. 渠道力和营销力

公司立足现有立体渠道网络，全力提升细分垂类渠道运营能力，匹配差异化渠道策略。以重点 IP 为切入点，从简单卖货逻辑向有效传递图书价值做转变，共建渠道共赢生态。以营销数据反馈助力出版生产，渠道策略和价格策略定制化，立足内容价值策划完整传播方案。初步构建短视频营销体系和基于数据的数字化分发体系。

4. 新质生产力的培育力

公司利用人工智能技术赋能出版知识库构建，打造数字化的底层基础。针对出版业务全流程的智能化重构，搭建了万象亿新智慧出版体系，作为数智化的核心产品和业务基座；针对数字阅读场景，打造了精品数字阅读平台“中信书院”，覆盖一线城市高知人群和企业高管；针对企业学习场景，推出了知新学习平台，为企业客户提供信息知识一站式解决方案；针对作者与读者互动对话场景，打造 AI 作者数字人集群。

公司在报告期内的生产经营情况及其他重要事项，请投资者参阅《公司 2024 年半年度报告全文》。

中信出版集团股份有限公司
法定代表人：陈炜
2024 年 8 月 30 日