

图书出版企业成本管理的现状分析及优化策略

——以新华文轩出版传媒股份有限公司为例

刘 瑛

北京印刷学院经济管理学院, 北京

收稿日期: 2025年8月28日; 录用日期: 2025年9月22日; 发布日期: 2025年9月30日

摘 要

随着经济以及互联网的迅速发展, 以互联网形式传播的数字媒体和网络媒体等新媒体的发展, 对传统的纸媒出版企业产生了一定的冲击。传媒企业承担着文化传播的重任, 同时还需要充分发挥其可持续发展的作用, 因此在成本管理方面尤为重要。图书出版企业的成本管理是传媒企业数字化转型改革的必修之课。目前, 数字化转型是传媒企业的重中之重, 正处于关键的转型期, 因此在互联网的冲击下, 要想保持企业出版的可持续发展, 现代传媒企业应该更加重视成本优势在竞争中的重要性。企业的成本管理将直接影响企业的获利水平, 加强成本管理不仅仅是财务管理的任务, 更是出版企业管理的重要部分。图书出版企业面临着激烈的竞争, 因此出版行业在转型的严峻局势下应当保证有效的成本管理同时出版高质量的图书, 充分发挥图书作为文化传播载体的重要作用。但是我国出版企业的市场化程度不高, 成本管理并没有深入企业业务流程, 致使出版企业隐藏的成本信息没有得以充分挖掘和体现, 这直接影响了出版企业的获利和竞争能力。在本文中就新华文轩出版传媒股份有限公司的出版成本管理现状进行分析, 并提出相关的优化策略, 以促使其在图书出版行业市场中进步与发展。

关键词

成本管理, 出版企业

Analysis and Optimization Strategies of Cost Management in Book Publishing Enterprises

—A Case Study of Xinhua Wenxuan Publishing Media Co., Ltd.

Ying Liu

School of Economics and Management, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

文章引用: 刘瑛. 图书出版企业成本管理的现状分析及优化策略[J]. 国际会计前沿, 2025, 14(5): 1294-1301.
DOI: 10.12677/fia.2025.145144

Abstract

With the rapid development of the economy and the Internet, the development of new media such as digital media and network media spread in the form of the Internet has had a certain impact on traditional paper media publishing enterprises. Media companies bear the heavy responsibility of cultural dissemination and also need to fully leverage their role in sustainable development, making cost management particularly important. The cost management of book publishing enterprises is a compulsory course for the digital transformation and reform of media enterprises. At present, digital transformation is the top priority of media enterprises, which is in a critical transition period. Therefore, under the impact of the Internet, modern media enterprises should pay more attention to the importance of cost advantage in competition if they want to maintain the sustainable development of corporate publishing. The cost management of enterprises will directly affect their profitability level. Strengthening cost management is not only a task of financial management, but also an important part of publishing enterprise management. Book publishing enterprises are facing fierce competition, so the publishing industry should ensure effective cost management and publish high-quality books in the severe situation of transformation, fully leveraging the important role of books as cultural communication carriers. However, the marketization level of publishing enterprises in our country is not high, and cost management has not been deeply integrated into the business processes of enterprises, resulting in the hidden cost information of publishing enterprises not being fully explored and reflected, which directly affects the profitability and competitiveness of publishing enterprises. In this article, the current situation of publishing cost management of Xinhua Wenxuan Publishing Media Co., Ltd. is analyzed, and relevant optimization strategies are proposed to promote its progress and development in the book publishing industry in the market.

Keywords

Cost Management, Publishing Enterprises

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 绪论

1.1. 研究背景和研究意义

1.1.1. 研究背景

随着我国经济的快速发展，企业都趋向于多元化的进步和发展，市场的活力不断激发，也促进着传媒市场的发展。出版企业之间面临着复杂的外部环境与激烈的同行竞争，受到多方面因素的影响，出版企业在行业内立足于优势地位越来越难，要想获得利润最大化实现经济平稳增长面临着艰难的挑战。因此，企业为了获得更多的收益，应当重视出版成本管理的重要性，通过提升成本管理水平，帮助企业顺应市场的经济要求，提高自身在市场中的核心竞争力。

一些企业还运用传统的成本管理模式，其中还存在着一些问题，如：成本管理意识薄弱、成本监管体系不完善等。成本管理不仅仅是降低生产成本这么简单，而是需要根据企业自身发展情况不断调整成

本管理策略。图书出版成本可以划分为四部分：策划成本、印制成本、营销成本和管理成本，其中印制成本占据了成本核算内容的大部分，所以做好该项管理很重要。因此，出版传媒企业应该做好成本管理，及时发现成本管理中存在的问题并采取有效的手段对其解决。

1.1.2. 研究意义

传统的纸质出版物作为最初的文化传播载体方式，对精神文化的传播起着重要的作用。但是如今数字媒体的发展，电子阅读物拥有着方便携带、获取便捷和成本低等优点，对纸质出版物有取代的风险。在传统纸质出版物有衰落倾向，新媒体转型和数字出版物盛行的今天，出版企业更应该建立有效的成本管理体系，研究成本控制以节省企业成本，来弥补企业的竞争短板，提升综合实力，促进企业发展。因此探讨如何进行出版企业的成本管理具有现实意义。

1.2. 研究内容和方法

1.2.1. 研究内容

本文主要由六个章节组成：

第一章，绪论。本章论述的是研究背景和研究意义，以及研究内容和方法。

第二章，基本理论。本章论述的是一些出版专业和成功管理相关的基本理论，包括出版物类型、出版成本的构成、价值链概念、作业成本法。

第三章，新华文轩出版传媒公司成本管理的现状分析。本章节引入了新华文轩出版传媒公司的案例，介绍了企业的基本情况、成本核算情况以及成本管理的现状。

第四章，优化新华文轩出版企业成本管理的措施。包括增强成本控制管理理念、创新成本控制方法、严格成本核算，直接降低出版成本和提高人才素质。

第五章，研究结论与不足。本章进行了总结论述并提出了还存在的不足之处。

1.2.2. 研究方法

(1) 文献研究法

文献研究法是通过知网网站作为信息获取来源，并对所查看的论文以及期刊进行借鉴。本文通过文献研究法为本文研究新华文轩出版公司的成本进行案例分析奠定了坚实的理论基础。

(2) 案例分析法

本文通过对新华文轩出版传媒作为研究对象分析行业特点和企业自身情况，理论与实践相结合，从而提出相应的处理措施和相关的建议。

2. 基础理论

2.1. 出版相关概述

2.1.1. 出版物类型

按照物质载体的不同，我国的出版物主要包括以下几类：

(1) 图书。图书包括书籍和图册，一般为纸质印刷，独立成册。

(2) 报纸。报纸为纸质印刷，散页发行，以刊载新闻、广告及新闻评论的内容为主，定期连续出版。

(3) 期刊。期刊是介于书报之间的一种纸质印刷出版物，为定期连续出版。

(4) 音响制品。以声音、图像为主要信号，以磁带、胶片等为主要载体的出版物。

(5) 电子出版物。以数字代码方式将声音图像等信息编辑加工后储存在磁光电介质上，通过计算机等设备读取使用的一种新型出版物。

(6) 网络出版物。信息知识以数据库形式进行存储，在网络上发布与传播，它既可以在网络上阅读，也可以打印下载，还可以转化为印刷出版物或单机版的电子出版物。

2.1.2. 出版成本的构成

图书出版企业的经营模式等特殊性的，企业的成本构成一般分为三个方面：第一，直接成本，直接反映某一个图书、品种生产过程中的各项经营成本和总支出，包括稿酬及校对费、租赁费用、原材料及辅助材料费用、制版费用、印装费用、出版损失和其他；第二，间接成本，是出版单位编辑管理部门产生的相关费用，包括编录经费；第三，期间费用，包括财务、销售、管理部门的人工费用及各项经营相关支出。随着数字出版的发展，许多出版企业进行了数字化转型，因此也涉及了数字技术的投入、信息化建设的费用、软件系统开发的费用等[1]。

2.2. 价值链概念

价值链可以描述一个企业产品从研发、设计、制造和销售的过程以及其作业和产品价值之间的关系。每个过程不仅有自身的工作流程，也与其他过程紧密相连，共同组成了企业价值链。在对公司价值链的分析中，公司的营运成本与价值被划分为不同的维度，以业务流程进行分类，之后整合并优化各环节同时将低效或者无效的部分进行改进与优化，使企业尽可能优化成本结构，更有效地实现利润。

2.3. 作业成本法

作业成本法的基本思想是把作业当作资源和产品之间的中介，并根据不同的产品在操作的不同阶段所耗用的资源量来计算成本。首先对资源因素进行分析和确认，计算每个作业中心消耗的资源数量，确定每个作业中心的成本。然后对作业动因进行分析，根据每个产品所需的不同操作和最终产生的成本所消耗的工作量进行细化将作业成本分解到各产品，最终生成产品成本。

3. 新华文轩出版传媒公司成本管理的现状分析

3.1. 新华文轩出版传媒公司简介

新华文轩出版传媒股份有限公司于 2005 年创立，由四川新华发行集团发起成立，该公司是中国文化体制改革成果的企业之一。2007 年 5 月在香港联交所 H 股主板上市。新华文轩坚持精品出版理念，旗下 10 家出版单位年出版图书 6000 余种，13 个报刊品牌每年推出大批精品报道，向人民群众奉献精品力作，不断推动文化发展与繁荣。新华文轩把握住了互联网的数字化转型趋势，推动了数字出版、电子书刊等新兴业态的发展，以全媒介布局、多场景运营、全渠道营销的商业模式，打造了文轩网、文轩九月等全国出版物电子商务知名品牌，拓展区块链等新兴服务，稳步向互联网经济转型。新华文轩不断提升出版业供应链服务能力，构建了以成都、天津、无锡为中心、辐射全国的物流服务平台，建立了印刷物资供应和印刷生产服务的生产印制平台，搭建了为出版社和书店提供商品组织、物流配送等服务的行业供应链协同平台，为推动行业转型发展贡献力量。自成立以来，新华文轩的营业收入连续性稳步上升，2022 年实现营业收入 109.30 亿元，同比增长 4.49%，归母公司净利润 13.97 亿元。

3.2. 新华文轩出版传媒成本管理现状

3.2.1. 成本核算方法分析

目前大多数出版社核算图书销售成本主要按照图书的品种和版次分类进行编码然后确定其核算成本，最后按照出版顺序在账务中记录实际发生的成本。新华文轩出版社的营业成本根据项目名称、行业和产品进行分类，主要包括出版业务和发行业务两部分来表现成本的支出情况，见表 1。

Table 1. Xinhua Wenxuan's business data ending value as of December 31, 2022**表 1.** 新华文轩 2022 年 12 月 31 日业务数据期末值

业务名称	时间区间	业务数量
一般图书主营业务成本(万元)	12 个月	66629.08
一般图书主营业务收入(万元)	12 个月	85506.17
一般图书毛利率(%)	12 个月	22.08
一般图书销售码洋(万元)	12 个月	338709.62
互联网销售主营业务成本(万元)	12 个月	226432.30
互联网销售主营业务收入(万元)	12 个月	253228.56
互联网销售毛利率(%)	12 个月	10.58
互联网销售码洋(万元)	12 个月	506659.27
出版业务：一般图书库存量(万册)	12 个月	2962.55
出版业务：一般图书生产量(万册)	12 个月	8854.93
出版业务：一般图书销售量(万册)	12 个月	8850.56
出版业务：教材教辅库存量(万册)	12 个月	8.57
出版业务：教材教辅生产量(万册)	12 个月	29457.68
出版业务：教材教辅销售量(万册)	12 个月	29470.19
出版业务主营业务成本(万元)	12 个月	179182.92
出版业务主营业务收入(万元)	12 个月	274649.36
出版业务毛利率(%)	12 个月	34.76
发行业务：一般图书库存量(万册)	12 个月	7311.74
发行业务：一般图书生产量(万册)	12 个月	45702.89
发行业务：一般图书销售量(万册)	12 个月	14133.49
发行业务：教材教辅库存量(万册)	12 个月	6531.08
发行业务：教材教辅销售量(万册)	12 个月	48798.16
发行业务主营业务成本(万元)	12 个月	673642.49
发行业务主营业务收入(万元)	12 个月	964793.83
发行业务毛利率(%)	12 个月	30.18
教材教辅主营业务成本(万元)	12 个月	84428.20
教材教辅主营业务收入(万元)	12 个月	154124.50
教材教辅毛利率(%)	12 个月	45.22
教材教辅销售码洋(万元)	12 个月	272162.77

续表

教育服务主营业务成本(万元)	12 个月	384291.97
教育服务主营业务收入(万元)	12 个月	626801.77
教育服务毛利率(%)	12 个月	38.69
门店销售主营业务成本(万元)	12 个月	48154.16
门店销售主营业务收入(万元)	12 个月	68924.82
门店销售毛利率(%)	12 个月	30.14
门店销售码洋(万元)	12 个月	88696.23

新华文轩的业务数据根据一般图书、互联网销售、出版业务、发行业务、教材教辅、教育服务、门店销售等方面进行主营业务销量成本统计。但最终的财务会计统计的结果很可能会不准确，因为从选题到定稿然后发行上市一般最少要半年以上的时间，当图书初稿正式入库后才能核算该书的实际利润，这很可能无法准确地反映该书的实际损益水平。

传媒企业与一般的生产制造业企业的成本核算方法不同，传媒产品并不会消耗大量的直接材料或者人工成本。因为传媒企业的生产经营与其他制造企业不同，传媒企业在设计策划、营销推广、公关宣传等活动的相关成本比制造业企业消耗成本更多，并且这些活动产生的成本在企业生产经营总成本中占据了很大的比例。其中设计策划和广告等要素是传媒企业生产要素的重要组成部分，然而大多数企业的财务会计会把这部分计入管理费用进行摊销，不会针对其特殊性进行专门的处理[2]。

3.2.2. 成本结构分析

从表 2 近七年的数据可以看出，新华文轩出版社每年的成本均占到营业收入的 80%以上。如果企业通过科学的方法进行成本控制，削减不必要的成本支出，把成本占收入的比例降低，这样可以大大提高公司的利润水平[3]。

Table 2. Proportion of operating costs to operating revenue

表 2. 营业成本占营业收入比例

	2024 年年报	2023 年年报	2022 年年报	2021 年年报	2020 年年报	2019 年年报	2018 年年报
营业总收入(万元)	1232851.39	1186849.04	1093030.25	1046036.40	900805.66	884245.77	818658.30
营业总成本(万元)	1078179.24	1019825.04	944034.17	919122.54	784926.74	784706.06	740831.03
占收入比例	0.87	0.86	0.86	0.88	0.87	0.89	0.90
收入增长率	4%	9%	4%	16%	2%	8%	

3.2.3. 财务数据分析

根据 2021 年的数据可知营业收入增长了 16%，这主要是由于公司改变了会计政策，将部分销售费用计算进了营业成本，所以造成了营业收入大幅度上涨，在 2021 年纸价大幅度涨价，导致 2022 年营收增长率下降。从数据终端查看的数据看出一般图书的成本结构中印刷服务费增长了 28%，纸张费用增长了 26%，均超过了营收 19%的增长，似乎并不仅仅是因为纸价上涨导致的。而且印刷费的数额是纸张费用的两倍，对成本的影响更加剧烈。

4. 优化新华文轩出版企业成本管理的措施

4.1. 增强成本控制管理理念

首先,应该加强企业的领导阶层对项目成本管理的认识,充分认识到成本控制对企业发展的重要性。可以通过日常决策或者企业文化等方面不断将成本控制理念深入到领导和员工心中。然后企业可以定期开展成本管理教育培训,提高相关工作人员的业务水平能力,帮助员工与时俱进不断掌握更多相关知识和技能,运用更有效的成本控制的方法来实现利润最大化[4]。

4.2. 创新成本控制方法

首先,图书出版企业可以运用数字化信息技术进行成本管理,通过数字化手段,更加准确地计算成本数据。在设计、编辑、印刷、出版、销售等环节,根据不同的环节制定不同的成本控制策略。然后,图书出版企业应该重视市场环境情况,进行调研了解市场变化情况,根据市场需求制定符合的产品,提高销量,减少资源的浪费来降低成本[5]。最后,增强图书印制管理的科学性。不仅需要保证图书印刷和装订的质量,还要在市场竞争中占有优势,因此相关人员要建立一套印制管理体系。利用法律手段和奖惩机制加大印制的监管,满足成本控制的需求[6]。

4.3. 严格成本核算,直接降低出版成本

首先,图书出版企业核算一本书的成本需要贯穿印刷到销售各个环节,因此,财务部门为了及时准确地核算成本需要建立一套完整有效的成本管理制度,对生产过程中产生的直接成本从根源上直接控制,避免不必要的成本浪费,进行合理的成本节约控制。然后,对于相关印制工作人员而言,应该根据印刷要求,选择合适的印刷材料,选择合适的印刷规格,如果面对价格较高的纸张要保证原材料和纸张不被铺张浪费,提高纸张的使用率。在使用印刷设备时,对图书的封面、环衬等部分提前计算印刷成本,合理规划印刷方案,尽可能地节约印张数。例如:一般情况下,书的封面都是使用八开纸,可以根据实际情况,考虑横版还是竖版排版,可以使四个封面拼接到一起来减少使用成本[7]。

4.4. 提高人才素质

首先,应该建立和完善企业内部人才培养的体系。图书出版企业应当注重人才的吸引和培养。招聘专业人才,将其放置在重要的岗位上,同时对其他工作人员进行定期的专业培训。然后,提高图书编辑印制工作者的成本管理意识,将印刷成本节约率与绩效挂钩,可以运用激励政策提高印刷工作者的工作积极性[8]。

5. 结论

随着我国图书市场的不断发展和成熟,图书出版企业的市场竞争越来越激烈。因此,图书出版企业要想抓住市场机会,在竞争中获取生存和发展的空间,就必须不断地提升图书出版企业的成本控制能力。在成本管理这一问题中,首先面临的问题便是优化企业自身的资源配置,正视成本管控问题,提高成本控制能力。本文选取在出版行业前十的新华文轩出版社进行案例研究,审视其成本控制现状,提出该行业的成本控制优化策略。

由于本人专业知识和学术水平上还有欠缺,本文对于出版企业成本管理方面的理论知识还比较薄弱,对新华文轩出版企业的现状分析还不够全面,仅仅简单地从理论上对此进行了分析研究,数据方面也应用得比较少,分析的深度也不够。针对研究分析中考虑的不完全的方面,期望能从后期的实践中给予改善,能查阅更加丰富的资料、收集更多的数据给文章以更大的支持。

基金项目

会计专业学位产学研联合培养研究生基地建设项目(项目编号: 210900525012)。

参考文献

- [1] 刘益. 出版企业经营管理[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2020.
- [2] 李霄姝. 出版社图书成本管理存在问题及分析[J]. 经济研究导刊, 2014(24): 147-148.
- [3] 景春雷. 传媒企业成本控制案例分析——以华闻传媒为例[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京印刷学院, 2019.
- [4] 张娜. 企业项目成本管理研究——以图书出版企业为例[J]. 中国集团经济, 2020(8): 39-40.
- [5] 陈宁. 图书出版成本的管理与控制浅析[M]. 青岛: 青岛出版社, 2023: 106-107.
- [6] 张崎. 图书出版行业成本管理难点问题与应对措施分析[J]. 现代经济信息, 2018(7): 291.
- [7] 赵方. 图书印制成本核算方法及控制策略[J]. 出版实践, 2023(10): 139-141.
- [8] 陈思. 完善出版企业成本管理与控制的对策研究[J]. 活力, 2023(14): 148-150.