

读者出版传媒股份有限公司
上市募集资金投资项目

数字出版项目情况分析



“数字出版项目情况分析”

项目组成员名单

组 长：魏玉山 研究员、教 授、院 长

副组长：范 军 研究员、教 授、副院长

 张晓斌 研究员、教 授、市场（发行）研究所所长兼
 调查统计中心主任

工作组长：张晓斌

工作组副组长：康 继

成 员：李 薇 王 曦 戴思晶 康 继

撰 写 人：李 薇

目 录

一、项目概述	1
二、中小学语文阅读与作文教育平台子项目	2
(一) 子项目概述	2
(二) 情况分析	2
1. 教育的数字出现新变化	2
2. 用户对内容资源提出新需求	5
3. 国家和社会对语文教育更趋重视	6
(三) 结论与建议	7
三、“读者”数字资源多终端服务平台子项目	8
(一) 子项目概述	8
(二) 情况分析	8
1. 移动阅读应用竞争格局发生较大变化	9
2. 微信冲击其它移动阅读应用	10
3. 公司以其它新媒体形式转化《读者》内容资源取得新进展 ..	11
(三) 结论与建议	11
四、专题资讯手机报子项目	12
(一) 子项目概述	12
(二) 情况分析	12
1. 手机报产品形态逐渐被替代	13
2. 公司以其它新媒体形式转化专题资讯内容取得进展	14

(三) 结论与建议	14
五、数据加工外包服务子项目	15
(一) 子项目概述	15
(二) 情况分析	15
(三) 结论与建议	16
六、结论与建议	16

一、项目概述

经中国证券监督管理委员会《关于核准读者出版传媒股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可[2015]1377号）文件核准，读者出版传媒股份有限公司（以下简称“公司”或“读者传媒”）向社会公开发行人民币普通股（A股）6000万股，募集资金总额58620.00万元。公司于2015年12月10日在上海证券交易所正式挂牌交易。扣除保荐及承销费等相关发行费用总额后的募集资金净额50394.50万元于2015年12月4日全部到账，并经中喜会计师事务所（特殊普通合伙）出具的中喜验字[2015]第0563号《验资报告》予以验证。公司对募集资金已采取了专户存储管理。

根据《读者出版传媒股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》中披露的募集资金用途，上述募集资金中有12001.51万元计划用于数字出版项目（以下简称“项目”）。项目包括“读者”数字资源多终端服务平台、中小学语文阅读与作文教育平台、专题资讯手机报和数据加工外包服务四个子项目。项目旨在以“读者”品牌和公司拥有的期刊内容资源为依托，在建设《读者》数字化期刊的基础上，开发多元化的数字产品，丰富公司的数字产品线，促进公司从传统纸质出版向数字出版的升级转型，进一步提升公司在出版领域的市场地位和竞争能力。

项目投资建设期为3年。第1年计划投入资金4420.39万元，第2年计划投入资金4122.60万元，第3年计划投入资金3458.52万元。

根据公司提供的情况，截至2017年12月31日，中小学语文阅读与

作文教育平台子项目、“读者”数字资源多终端服务平台子项目和专题资讯手机报子项目尚未执行；数据加工外包服务子项目募集资金累计支出约 431.37 万元，用于硬件设备购置和场地装修。

二、中小学语文阅读与作文教育平台子项目

（一）子项目概述

该子项目旨在打造以语文教育及作文辅导为核心、以中小学生、教师和家长为服务对象、以平台为依托，以互联网为传播介质，覆盖中小学 12 个年级的语文教育平台。该平台将优秀例文讲解、课外作品阅读、课外作文辅导与作文分享相结合，汇集全国中小学语文阅读与作文写作的优秀内容资源。该子项目的建设内容包括内容资源集聚、加工和技术平台建设两个方面。

该子项目计划投资 5148.60 万元，投资建设期 3 年。第 1 年计划投资 1588.60 万元，第 2 年计划投资 1935.50 万元，第 3 年计划投资 1624.50 万元。

根据公司提供的情况，截至 2017 年 12 月 31 日，该子项目尚未执行。

（二）情况分析

近年来，教育数字出版出现新变化，用户对内容资源提出新需求，同时国家政策调整，语文教育的重要性提升，致使该子项目的外部环境发生较大变化，影响到该子项目的执行。具体情况分述如下。

1. 教育的数字出现新变化

长期以来，由出版企业开展的教育数字出版，受教育出版传统惯性的影响，局限于将教材教辅内容数字化，再通过网络平台或移动终端设

备提供给用户使用的业务形态。近年来，随着市场的拓展，业务的深入以及技术的成熟，一些教育数字出版者在用户需求的推动下，逐渐由单纯的内容提供，经过教材开发、效果测评，走向知识、方法与测评相结合的完整课程设计、开发与提供，并通过系统平台记录、监测、评估用户的学习过程，为用户提供更有针对性的学习服务。传统的教育数字出版向在线教育方向转化。

与此同时，在人们学习消费习惯改变与“互联网+”推动下，在线教育市场规模与用户规模持续、快速增长。根据速途研究院《2016 年在线教育市场报告》数据显示，2012 年—2016 年，中国在线教育市场规模从 697.8 亿元增至 1853.4 亿元，增加 1155.6 亿元，增长 165.6%，年均增长 41.4%。

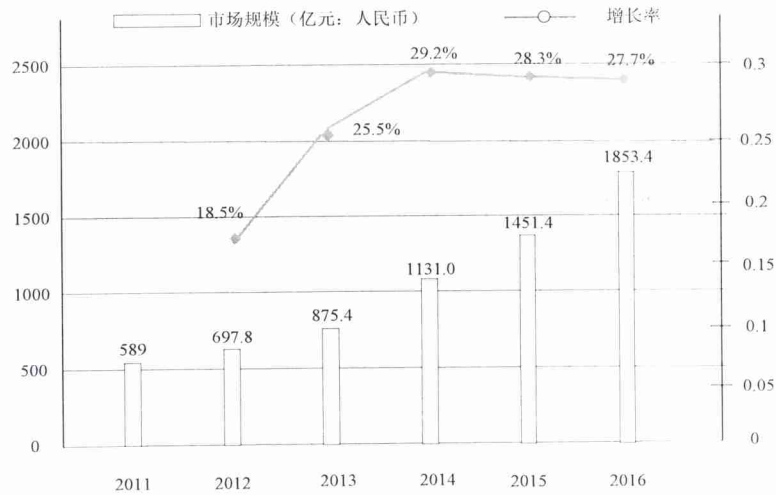


图 1 我国历年在线教育市场规模

2013 年—2016 年，我国在线教育市场用户规模从 6610.6 万人增至 11232.3 万人，增加 4621.7 万人，增长 69.9%，年均增长 23.3%。



图2 我国历年在线教育用户规模

随着在线教育的深入开展，逐渐出现了线上教学与线下服务的相互结合、相互补充。线上提供可循环且结构化的高质量教学内容和服 务，保证学习的灵活性、便捷性与系统性；线下提供基于线上内容和服 务的个性化线下教学管理和延伸服务，包括各种体验与氛围的构建，以及学习过程的托管与监督。同时，为更好地支持个性化的学习需求，在线教育平台的互动性进一步增强。平台在设计上更加关注师生交流、学生之间交流等互动需要，力图通过直播互动、社区交流等方式，帮助学习者参与教学内容的创造过程，享受更多的学习形式，提高学习效率。此外，随着微信的兴起，越来越多的在线教育平台通过微信向用户推送教育内容资源，在实现课程直播、内容分享的同时，进一步提升用户的互动体验。

由此可见，教育数字出版已由单纯提供内容，逐渐向在线教育方向转化；在线教育在蓬勃发展的过程中，也出现了线上与线下结合、互动性增强等态势。该子项目尚未脱离传统的数字出版业务形态，线上教育

与线下服务的结合性、互动性不强，与当前教育数字出版与在线教育的发展趋势已出现一定程度的脱节与不适应。

2. 用户对内容资源提出新需求

近年来，移动互联网技术不断发展，智能手机、平板电脑、电子阅读器等移动终端设备持有率不断提高，人们的生活节奏也不断加快，大众阅读方式和阅读习惯因此发生了很大变化，逐渐从纸质阅读转向数字阅读¹，从固定时空阅读转向可随时随地进行阅读。

阅读方式与习惯的变化，使得大众获取信息的方式与阅读行为呈现出诸多研究者所称的“碎片化”特征。一方面，阅读时间碎片化，读者越来越习惯于利用零散时间获取所需信息，满足自身阅读需要，集中阅读的专门时间减少。另一方面，与阅读时间碎片化相适应，阅读内容也开始碎片化，阅读的内容更多的不再是系统的长篇大论，多是片段性的，以便在短时间内完成。

与此同时，信息传输技术的进步，终端产品的升级换代，通讯资费的下调，还使得人们能够通过网络更加便利地收听、收看音视频内容，音视频内容迅速兴起，网络视频、手机视频、播客、有声书、网络音乐等各类网络音视频服务迅猛发展，受到人们的青睐。根据中国互联网网络信息中心《第41次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2017年12月，我国网络视频用户规模达5.79亿，较2016年底增加3437万；我国网络视频用户付费比例达到42.9%。根据艾瑞咨询《2016年中

1 根据中国新闻出版研究院“第十四次全国国民阅读调查”数据显示，我国成年国民手机阅读接触率与成年人数字化阅读方式接触率均连续八年增长，2016年手机阅读率达到66.1%，数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、光盘阅读、Pad阅读等）接触率达到68.2%。

国在线音频行业研究报告》数据显示，2012 年—2015 年，我国在线音频用户规模从 0.5 亿一路增长到 1.8 亿，三年增加 1.3 亿用户，增长 260%，年均增长率 86.7%。

碎片化阅读在移动互联网时代的大众阅读中日趋流行，使得用户对内容的需求也趋于碎片化、多样化；相对于知识的系统性、完整性，人们更倾向于能够在短时间内提供密集型、针对性内容的要点式“干货”。音视频内容日渐普及、流行，也使得人们越来越多地寻求更易接受的视频与音频内容资源。与这一内容需求变化相比，该子项目计划建设的视频内容仅有 2000 集，数量已显不足，且缺少音频内容资源，同时内容的碎片化也不充分，难以完全适应当前知识碎片化和音视频化传播的趋势，已不能完全满足用户对内容资源的需要。

3. 国家和社会对语文教育更趋重视

近年来，国家对语文教育重视程度不断提高。2017 年 1 月，教育部下发《教育部国家语委关于进一步加强学校语言文字工作的意见》，指出：语言文字事业是文化软实力的重要组成部分、国家综合实力的重要支撑力量，对全面建成小康社会具有重要的推动作用；语言文字应用能力的培养要从小抓起，良好的口语、书面语表达水平和语言综合运用能力，是国民综合素质的重要构成要素，在个人成长成才过程中具有不可替代的作用；提高语言文字应用能力是学校培养高素质人才的基本内容，扎实做好学校语言文字工作是切实发挥语言文字事业基础性、全局性作用的关键环节。将对语文教育的认识提升到一个全新高度。2014 年 9 月，国务院发布《国务院关于深化考试招生制度改革的实施意见》，指出：将

启动高考综合试点改革，考生总成绩由统一高考的语文、数学、外语 3 个科目成绩和高中学业水平考试 3 个科目成绩组成。在此背景下，一些省市相继出台了包含提升语文考试地位内容的高考改革方案，如北京市从 2016 年起将高考语文科目分值由 150 分增加至 180 分，中考语文科目分值由 120 分增加至 150 分。语文教育的重要地位进一步凸显。

与此同时，随着我国政治、经济、文化实力进一步增强，全社会的文化自信心进一步提高，加之国家教育与考试政策强化语文地位，社会对语文素养与语文能力也更加关注。诸如《中国汉字听写大会》《中国诗词大会》《中国成语大会》《中华好诗词》等主打汉语言文字内容的节目在各大卫视热播，引发社会广泛好评。人们逐渐关注汉字书写，关注古典诗词背诵，关注中国文字、文学以及文化，“汉语热”渐成风尚，人们对中文的自信心日益增强，对中小学乃至全民的语文教育更加关心与重视。

可以预期，随着相关政策进一步落实到位，语文能力的提升对民族素质和个人发展的重要性将更加凸显，对语文教育和培训的需求将日趋加强，相关的市场规模也将进一步扩大。该子项目以《读者》品牌资源和相关优质资源为依托，以阅读与作文两大语文核心能力为关注点，所面对的潜在市场也将更加广阔。

（三）结论与建议

综上所述，国家和社会对语文教育重视程度的提升，语文能力与语文素养重要性的提高，将使语文教育和培训的潜在市场空间更加扩大，该子项目市场前景更为广阔。同时，教育内容的数字出版逐渐向在线教

育转化，线上网络教育服务与线下实体教育的融合性、互动性增强，用户对内容资源的需求趋于碎片化和音视频化，以及微信等新的载体形式崛起。该子项目受限于传统的数字出版业务形态，完全依托数字化网络平台，在融合性、互动性、碎片化、音视频化等方面已不能完全适应在线教育市场的发展趋势，充分满足用户对内容资源的新需求。

鉴于此，建议公司结合市场环境和技术进步的新情况，考虑优化调整该子项目后予以执行。

三、“读者”数字资源多终端服务平台子项目

（一）子项目概述

该子项目立足于当时方兴未艾、蓬勃发展的移动阅读业务，旨在充分挖掘以《读者》系列期刊为核心的公司优质内容资源，开发以智能手机、平板电脑、手持阅读器为主要对象，分别适用于 Android 和 iOS 系统的客户端软件，将加工后的《读者》系列期刊数字资源推广至以 Android 和 iOS 系统为核心的手机用户，为用户提供便捷、多样、高效的移动阅读服务，并通过付费订阅方式实现收入。该子项目的建设内容主要包括内容资源采购和加工、系统开发与软件购置、硬件设备购置和日常运营四个方面。

该子项目计划投资 2060.50 万元，投资建设期 3 年。第 1 年计划投资 866.20 万元，第 2 年计划投资 794.80 万元，第 3 年计划投资 399.50 万元。

根据公司提供的情况，截至 2017 年 12 月 31 日，该子项目尚未执行。

（二）情况分析

近年来，国内移动阅读应用的市场竞争格局发生较大变化，微信等新的移动阅读载体崛起，同时公司在利用其它移动载体形态进行优质内容转化方面做了积极探索。该子项目的内、外部条件发生较大改变，影响到项目的执行。具体情况分述如下。

1. 移动阅读应用竞争格局发生较大变化

在该子项目设计与论证阶段，移动阅读应用呈现高速发展态势，各类厂商纷纷高调进入移动阅读市场进行深度拓展并抢占资源。根据易观《2012 年中国移动阅读市场年度综合报告》和艾瑞咨询《中国移动阅读行业研究报告 2012—2013 年》资料显示，当时移动阅读应用市场上存在着百阅、掌媒、掌讯通、掌上书院、书生阅读器、云中书城、酷云阅读、91 熊猫看书、iReader、Vc 阅读、VIVA 畅读和 Zaker 等诸多应用，彼此竞争，市场格局较为分散，市场集中度不高，主导厂商不明显。

近年来，移动阅读应用的市场竞争格局发生较大变化，市场集中度提升。随着移动阅读市场的发展，一些阅读终端在资本实力、用户规模、内容规模、品牌与声望等方面均形成一定积累，掌阅 iReader、咪咕阅读与 QQ 阅读等在 2015 年前后迅速崛起，成为主导厂商。根据易观《中国移动阅读市场年度综合报告 2016》数据显示，在 2015 年移动阅读整体市场中，掌阅 iReader 的市场份额为 26.5%，QQ 阅读 17.4%，塔读文学 10.1%，为行业前三名，三家占据半壁以上的移动阅读整体市场（市场份额合计 54.0%）；前十家的市场份额合计已高达 95.8%。主流移动阅读应用的渗透率数据也反映了同样的情况。根据易观《中国移动阅读市场年度综合分析 2017》数据显示，2017 年 5 月，掌阅 iReader 用户渗透率

23.7%，位居第一；QQ 阅读 20.6%，位居第二；咪咕阅读 11.5%，位居第三；书旗小说 6.0%，位居第四；其余均在 3%以下，只有排名前三的用户渗透率超过 10%²。

由此可见，近年来我国移动阅读应用市场已初步形成几家主要厂商主导、市场份额相对集中的竞争格局，其它产品和厂商的市场空间受到挤压，新厂商和新产品的市场进入门槛提高，竞争难度加大，未来前景的不确定性增加。该子项目开发的客户端软件即是移动阅读应用新产品，面对这一市场格局，虽有《读者》品牌及其优质内容资源做依托，但其经营难度与预期收益不确定性也将显著增加。

2. 微信冲击其它移动阅读应用

近年来，随着科技的进步和智能手机的普及，微信迅速兴起，并以其平台化、社交化和商业化的特点吸引了大量用户。根据企鹅智酷发布的《2017 微信用户&生态研究报告》数据显示，2014 年—2016 年，各年微信第四季度月活跃用户分别为 5.0 亿、7.0 亿和 8.9 亿，2015 年较 2014 年增加 2.0 亿用户，增长 40.0%；2016 年较 2015 年增加 1.9 亿用户，增长 27.1%。

与此同时，移动互联网用户数量虽然也在增长，但已远低于微信用户的增长。根据易观《中国移动阅读市场年度综合分析 2017》数据显示，2014 年—2016 年，我国移动互联网用户规模分别为 7.3 亿、7.9 亿和 8.3 亿，2015 年较 2014 年增加 0.6 亿用户，增长 8.2%；2016 年较 2015 年

2 《中国移动阅读市场年度综合分析2017》报告未披露2016年我国移动阅读应用市场份额及用户渗透率相关数据。

增加 0.4 亿用户，增长 5%。两相对比，移动互联网的用户增长，无论是数量还是幅度，均远低于微信。

鉴于移动互联网用户与微信用户之间的包含关系，微信月活跃用户增长远高于移动互联网用户增长这一情况，反映出微信的兴起可能已对其它移动阅读应用产生一定冲击，微信公众号有可能挤占其它移动阅读应用的市场空间。该子项目的产品形态不属于微信公众号，微信的快速扩张将使该子项目的市场前景更趋不明朗。

3. 公司以其它新媒体形式转化《读者》内容资源取得新进展

根据公司提供的情况，近年来公司以《读者》系列期刊为核心，通过微信公众号、微博和网站等移动阅读应用以外的新媒体形式对公司的优质内容资源进行了开拓，陆续开办、运营了读者网、《读者》《读者·校园版》《读者·原创版》《读者欣赏》《故事作文》《老年博览》等微信公众号和官方微博，向用户推送与纸质版杂志风格或内容一致的文章。

公司跟踪数字出版与新媒体发展前沿，积极探索以其它新媒体形式对《读者》系列期优质内容资源进行转化，取得了新进展，随着信息传播方式的迭代更新，运用新的信息载体是必要的。但这同时也降低了该子项目转而采用其它新媒体形式挖掘《读者》系列期刊内容资源的必要性与可能性。

（三）结论与建议

综上所述，目前国内移动阅读应用市场已初步形成相对集中的竞争格局，加之微信的出现进一步挤压其它移动阅读应用的市场空间，导致新产品进入市场难度增大，投资不确定性增加。该子项目通过开发移动

阅读客户端向用户推送优质内容资源并获取收入的风险和难度趋于增大，实现预期收益的可能性趋于减少。同时，公司以其它新媒体形式对《读者》系列期刊的内容资源进行了积极探索，也挤压了该子项目转而采取其它新媒体形式的备选空间。

鉴于此，建议公司结合移动阅读应用市场情况的变化以及公司自身实践，综合评估该子项目的价值和意义，考虑终止或变更该子项目。

四、专题资讯手机报子项目

（一）子项目概述

该子项目基于当时较为成熟的手机报业务与收入模式，旨在依托并强化公司的信息筛选辨别能力，通过内容资源的采集，加工制作成法律法规、医药资讯、保健养生、幼儿启蒙和居家生活等五方面专题资讯“专题手机报”产品，通过手机运营商平台以付费订阅方式向律师、执业医师和药师、中等及以上收入城镇居民家庭等用户推送。该子项目建设内容包括内容资源采购和加工、系统开发与软件购置、硬件设备购置和日常运营四个方面。

该子项目计划投资 1348.70 万元，投资建设期 3 年。第 1 年计划投资 327.00 万元，第 2 年计划投资 492.70 万元，第 3 年计划投资 529.00 万元。

根据公司提供的情况，截至 2017 年 12 月 31 日，该子项目尚未执行。

（二）情况分析

近年来，手机报产品形态逐渐被其它新媒体产品形态所替代，公司又在以其它新媒体形式转化专题资讯内容方面取得新进展，致使该子项

目的内、外部环境产生较大变化，影响到该子项目的执行。具体情况分述如下。

1. 手机报产品形态逐渐被替代

自 2004 年我国首家手机报《中国妇女报彩信版》开通上线以来，手机报曾以其传播速度快、阅读方便等特点吸引了众多用户，再加上拥有清晰、可靠的收入来源和相对成熟的盈利模式(通过手机话费收取费用)，这些曾使得手机报迅速发展，成为当时主流的移动阅读产品形态之一。根据艾媒咨询《2011 年度中国移动互联网阅读市场状况报告》数据显示，2009 年—2011 年，我国手机报市场规模保持快速增长，从 19 亿元增加到 35.2 亿元，增长 85.3%，年均增长率 42.6%。

随着通信技术的发展，特别是 4G 移动通信技术不断推广、完善³，智能手机日益普及，手机移动上网更加快速、便捷和便宜，促使客户端软件、微信、微博等新媒体形式和产品形态不断出现、发展壮大，也使得网上可接触内容日趋丰富、多元，给传统的手机报服务带来了巨大的冲击。在用户可以随时随地上网浏览海量信息、收听收看音视频和在线直播内容的时代，手机报因技术局限所存在的内容形式较为单一、容量有限、时效性不足等欠缺日趋突出，难以与其它新媒体产品形态抗衡，无法满足用户获取海量、多样和及时信息的更高要求，用户使用与付费意愿因此降低。同时，手机移动支付越来越普及、完善，为移动获取信息提供了手机话费之外的新付费渠道与途径，加之其它新媒体产品形态的收入和盈利模式经多年探索，已不断完善，手机报的收入与盈利模式

³ 4G 是第四代移动通信及其技术的简称，有着更快的速度和更大范围的覆盖。我国于 2013 年 12 月正式发放 4G 牌照。

也受到冲击，利润空间不断压缩。这些变化使得手机报这一产品形态逐渐被替代、淡出市场。目前，已无机构发布手机报有关数据。

该子项目需通过“手机报”这一产品形态向用户提供专题资讯，产品形态淡出市场，使得该子项目难以继续以“手机报”形式提供专题资讯，经营风险显著加大，盈利可能性显著降低。

2. 公司以其它新媒体形式转化专题资讯内容取得进展

根据公司提供的情况，近年来公司利用其它来源资金建设其它新媒体产品形态的专题资讯内容，陆续开办、运营了“老年博览”微信公众号和微博（内容涉及医药资讯、保健养生、居家生活等），“果友网”微信公众号和网站（为果农提供精准信息服务），女友力微信公众号（内容以居家生活为主），创凡物微信公众号（内容以居家生活为主），在以其它新媒体形式转化医药资讯、保健养生、居家生活等专题资讯内容方面，取得了一定进展。

（三）结论与建议

综上所述，由于技术进步，手机报这一产品形态现已不能满足用户对信息的更高需求，用户使用与付费意愿降低，同时新的支付渠道与收入模式又进一步冲击手机报的盈利模式，致使其逐渐淡出市场。这一变化意味着该子项目已难以实现预期收益。与此同时，公司也利用其它新媒体形式对专题资讯服务进行了积极尝试与探索。

鉴于此，建议公司根据手机报产品形态发展趋势，以现已开展的微信、微博等专题资讯内容平台为出发点，进一步探索专题资讯服务新模式，并考虑终止或变更该子项目。

五、数据加工外包服务子项目

（一）子项目概述

该子项目建设内容包括场地装修、软件购置、硬件设备购置和日常运营四个方面，旨在建设一个高标准、优服务，集海量数据加工处理与终端媒介技术对接能力于一体的现代化数据加工中心。该子项目建成后，公司将面向报刊社和图书馆等客户提供“一站式数据加工服务”，进行纸质书刊和文献资料的数字化加工。

该子项目计划投资 3443.71 万元，投资建设期 3 年。第 1 年计划投资 1638.59 万元，第 2 年计划投资 899.60 万元，第 3 年计划投资 905.52 万元。

根据公司提供的情况，截至 2017 年 12 月 31 日，该子项目募集资金累计支出约 431.37 万元，用于硬件设备购置和场地装修等。

（二）情况分析

近年来，由于其它来源资金中存在与该子项目相重复的建设内容，同时公司在利用自有资金尝试开拓相关业务的过程中遭遇较大难题，影响到该子项目的执行。具体情况分述如下。

根据公司提供的情况，公司于 2017 年与甘肃省图书馆签订了合作协议书，使前者获得的中央文化产业专项资金项目“文溯阁《四库全书》复制保护及数字研发工程”（1200 万元）开始具备实施条件；同年，公司又获得中央文化产业专项资金项目“‘一带一路’背景下的敦煌学和丝绸之路研究数据库与知识服务平台”支持资金 500 万元。上述两个项目的建设内容与该子项目在硬件设备购置和场地装修等方面重复。若使用

募集资金建设该子项目，将导致公司在数据加工服务业务方面发生重复建设等问题。据公司表示，公司已使用部分项目募集资金与政府专项资金配备了一定的数据加工人员及设备，初步搭建了数据加工外包服务平台，已具备小规模数据加工能力。

另据公司表示，在初步建立数据加工外包能力后，公司积极进行了业务探索与市场拓展，但因多年开发、技术进步等原因，代加工存量资源已被逐渐消化，增量资源数量不足，面临市场业务空间缩小、行业发展萎缩等情况，市场拓展遭遇困难，经济效益难以达到预期，在综合考虑下也未进行大规模建设。

（三）结论与建议

综上所述，该子项目与公司获得的财政资金在建设内容方面存在重合之处，容易发生重复建设等问题，且已有迹象显示，该子项目的实际经营风险增大，经济效益难以达到预期。鉴于此，建议公司根据公司实际情况，统筹考虑、安排涉及数据加工服务内容的资金使用，使用于数据加工服务建设的资金来源清晰、统一，以便于管理，提高资金使用效率，避免重复建设，同时综合评估该子项目经营风险，考虑终止或变更该子项目。

六、结论与建议

综上所述，基于在线教育行业的快速发展，线上网络教育与线下实体教育的融合性、互动性增强，内容资源的传播趋于碎片化和音视频化，同时，我国对语文教育日趋重视。结合公司优质的内容资源及《读者》品牌的良好声誉，建议对中小学语文阅读与作文教育平台子项目建设方案进行升级，调整优化建设方案后继续执行。

基于移动互联网及通信技术的快速发展，目前国内移动阅读应用市场相对集中的竞争格局已基本形成，手机报产品形态逐渐被替代。随着微信、微博的兴起，公司以新媒体形式对《读者》系列期刊的内容资源及专题资讯进行了积极探索，取得新的进展。此外，由于“文溯阁《四库全书》复制保护及数字研发工程”和“‘一带一路’背景下的敦煌学和丝绸之路研究数据库与知识服务平台”两个项目的建设内容与数据加工外包的硬件设备购置和场地装修等建设内容重复。综合考虑经营风险、产品迭代升级、技术升级、经济效益等，建议对“读者”数字资源多终端服务平台子项目、专题资讯手机报子项目和数据加工外包服务子项目整体变更或终止。

建议公司进一步开拓数字出版市场，积极推进数字出版业务转型升级。