

## 第二届出版传媒集团信息工作会参会代表

○范仁平(安徽出版集团办公室主任)  
○汪勇军(安徽出版集团办公室副主任)  
○唐 伽(安徽时代出版传媒股份有限公司办公室主任)  
○王 松(北方联合出版传媒(集团)股份有限公司信息管理部主任)  
○姚 磊(长江出版传媒股份有限公司办公室副主任)  
○周 刚(长江出版传媒股份有限公司办公室副主任)  
○金 夏(读者出版传媒股份有限公司行政办公室主任)  
○刘金良(读者出版传媒股份有限公司行政办公室秘书)

○胡礼慧(凤凰出版传媒集团办公室文秘)  
○李国志(贵州出版集团办公室副主任)  
○梁文华(海峡出版发行集团公司办公室副主任)  
○韩丽璞(河北出版传媒集团综合办公室主任)  
○王佐林(吉林出版集团股份有限公司总经理助理、总经理办公室主任、人力资源部部长)  
○王东华(青岛出版集团纪委副书记、行政总监、办公室主任)  
○苏 轲(山东出版传媒股份有限公司办公室副主任)  
○崔建聪(山西出版传媒集团机关单位书记、综合办副主任)  
○张 茂(山西出版传媒集团综合办秘书)

○陆 迅(上海世纪出版集团党政办公室副主任)  
○罗 红(四川出版集团办公室副主任)  
○刘定国(新华文轩出版传媒股份有限公司战略企划部主任)  
○黄锦明(云南出版集团党委办公室、集团办公室副主任)  
○程明达(浙江出版集团办公室副主任、团委书记)  
○何 奎(中国出版传媒股份有限公司办公室副处长)  
○张 华(中南出版传媒集团股份有限公司办公室副主任)  
○康 惠(中南出版传媒集团股份有限公司办公室主管)  
○安利伟(中原大地传媒股份有限公司综合部信息宣传)

(按单位拼音首字母排序)

# 出版集团如何做好内外信息整合传播？

信息化时代，信息资源的收集、整合、传播不仅是企业做出正确决策的基础，更是企业发展的重要战略和宣传手段。2014年11月，由中国出版传媒商报和浙江出版联合集团共同主办的第二届出版传媒集团信息工作会暨商报全国记者站工作会在杭州召开，来自全国30多家出版、发行集团的60余位代表，就信息时代出版业面临的新的发展形势以及如何整合传播信息进行了充分的交流探讨。商报全国各地记者站站长汇总了各地新华发行集团当前工作布局 and 战略要点(相关内容详见本期3版)，就下一步宣传传播提出了建议。

信息工作是各出版集团(股份公司)办公室工作的重要内容。本届会议，来自各出版集团(股份公司)的办公室负责人在介绍本单位内外信息收集、整合、传播方面先进经验的同时，还探讨建立了集团之间信息交流的保障机制，并就下一步如何改进、提升信息工作提出了科学合理、切实可行的方案。会议内容翔实充分，基本勾勒了当前各出版集团信息工作的发展状态，对于当前的出版业信息工作极具参考和借鉴意义，本版专题特别采撷了部分与会代表的精彩发言进行整理、归类。事实上，内外信息的整合传播本身是相互促进、相互补充、相互交融的过程，将专题分为内部信息和外部信息两个部分，只为了便于了解各出版集团信息工作的概貌和特质。(链接：11月18日2091期1版《第二届出版传媒集团信息工作会暨商报全国记者站工作会在杭召开 探讨信息时代出版业如何整合传播信息》)



## 内部信息巧用多载体系统化集散

**中国出版传媒股份有限公司：**整合传播的基本原则是：“跟主流，接地气；重影响，看长远；抓重点，带一般；强优势，向创新”。目前，集团内部已经实现集团简报、集团专报、集团报、集团官网、集团微博、集团年鉴相结合，初步形成一体化、多层次、多侧面发声的格局。

**上海世纪出版集团：**在内部信息收集整合传播上，把主题策划作为编写好重大信息的主要手段。主题策划强调超前意识，强调着眼于当前思想文化领域带有典型性、倾向性的问题，着眼于领导关心的重大课题，着眼于出版工作的进展情况。集团要求所属单位、总部各职能部门做到五个“必报”，即重要工作进展情况、宣传思想工作面临的新问题及对策举措、重点图书出版和图书获奖情况、出版和经营统计数据、专题调研成果五个方面情况，必须及时报告。

**时代出版传媒股份有限公司：**在内部信息收集整合传播上，一是通过例会、办公会、专题研讨会等形式收集、传递内部信息；二是通过公司的内部网络(办公自动化系统)收集、沟通信息，比用纸质文书传递，效率得到很大提升；三是通过建立集团、公司、办公室等各类专题QQ群(比如办公室、财务、信息化)，加强内部专题信息交流。

**河北出版传媒集团：**在内部信息收集整合方面，建立了信息员队伍，健全了信息工作考核机制，将信息报送情况纳入子公司年度考核目标。集团内部信息整合传播平台有集团内网和外网，还有《河北出版》专刊、微信发布平台和涵盖各业务板块的微信圈。

**长江出版传媒股份有限公司：**长江传媒对信息收集整合和传播工作非常重视，各部门把信息工作作为重点工作来抓。一是定期或不定期编制工作通讯、简报进行内部交流，并向上级机关汇报工作进展，如证券部的《内控工作动态》、市场部的《市场业务通讯》以及上市公司《简报》等。二是各部门从自身专业角度重视对业界信息的分析和收集，如出版部编制《出版业务通讯》刊登下属各出版社编辑、发行人员的工作经验交流文章并收集其他出版集团的先进经验和最新进展。三是充分利用微信、微博加快新知识和新信息的分享，如科教中心编制的微信公告号“数字出版动态”收集数字出版、互联网领域最新分析文章和

信息，内容丰富，新颖，不仅在公司内部受到欢迎，还吸引了行业内3000多用户。

**中南出版传媒集团股份有限公司：**信息传播的载体发挥了重要作用。一是《湖南出版产业》，这是面向公司员工的交流平台，作为内部刊物，该刊每月1期，主要刊登政策动向、行业信息、工作探讨、业务交流、员工感悟等内容。二是《简报》，是面向集团下属子分公司的信息发布平台。

**中原大地传媒股份有限公司：**一是公司高度重视，明确一名公司高管主抓信息工作。二是健全信息工作组织机构，确定公司综合部为信息工作的责任部门，公司本部各部室、各子分公司分别确定一名信息工作负责人和信息员，负责信息的收集整理和报送工作。三是畅通信息渠道，信息员与股份公司综合部保持紧密沟通，及时把各自单位的重点工作、重要活动、新做法、新成就、新情况、新问题等各种信息报送综合部，为领导决策提供参考。四是建立信息共享平台，股份公司在内部网络设立公司动态栏，及时上传公司系统内的生产经营、日常管理、对外交流合作等各种信息。

**山东出版传媒股份公司：**信息作为推进工作的重要抓手，是事业发展的风向标和推进器，是发现问题、预判形势的预警器和瞭望塔，是传播经验的播种机，甚至已经成为一种生产要素，作为一种特殊的商品进行销售，其意义、作用不言而喻。集团在内部信息工作中，着重把握了信息的采集、处理、传递三个环节。建立信息员队伍，明确任务职责，借助网络、微信等新技术手段，加强信息沟通的即时性，做到耳聪目明。对采集到的大量信息，分类理清、比较、存储，便于跟踪督导。对重要信息进行初步整理，形成倾向性意见，一方面向领导层报送，为决策者了解情况、把握趋势、科学决策、推动工作提供依据；另一方面，通过网络、简报等形式，传递给部门、单位，实现资源共享和效能倍增。

**山西出版传媒集团：**集团以山西出版传媒网为平台，在内网设置不同层级和权限的信息收集员、审核员，由处于基层单位和业务第一线的信息收集员广泛收集信息，在初步整合后上传到不同信息板块；由各板块的信息审核员审阅信息内容，确定信息的发布

团领导和有关单位部门。

**时代出版传媒股份有限公司：**在外部信息收集整合传播上，一是通过公司网站对外传播信息；二是把需要对外宣传的重要信息上报集团，以专题简报的形式发布；三是通过新闻发布会、主题活动等新式对外交流传递信息。

**青岛出版集团：**除了与各路媒体保持良好的沟通合作，近段时间集团对外信息传播中的一大亮点体现在“微宣传”。在没有任何宣传的情况下，集团微信公众号已有4万多的粉丝，粉丝主体并非集团员工，而是全国各地的普通粉丝。集团微信由集团内部的移动新媒体中心负责运营，有专职编辑负责热点话题的整理分析与发布。此外，集团与腾讯微信平台合作的全国首家微信书城“青岛微书城”在取得良好销售业绩的同时也成为集团从外部收集信息的新渠道和对外“微宣传”的重要窗口。

**中南出版传媒集团股份有限公司：**一是中南传媒官网，这是面向社会公众的信息发布平台，设有公司概况、新闻中心、投资者关系、图书商城、人力资

对象和发布范围，将适合对外宣传的信息发布到山西出版传媒网上，从而打通集团内网与外网的信息流通渠道，提高信息流通速度和信息工作效率。目前，这种操作模式还缺乏完善的信息反馈机制。

**青岛出版集团：**集团内部建有各个细分板块的工作QQ群，基本上囊括了集团内中层以上干部，除了发布、交流工作信息，QQ群还为大家讨论行业内外热点话题的重要平台。

**海峡出版发行集团：**在内部信息收集整合传播上，一是在所属单位办公室设立信息员(即集团简报通讯员)，不定期发送各自单位最新信息到集团总部，这些最新的信息包括领导活动、外访成果、供求信息、新书发布、各类荣誉等等，经集团办公室筛选后，编印成集。二是集团总部向所属部分单位开放OA系统端口，各所属单位的管理员可以自行上传和管理本单位的各类信息，与集团总部各部门互动。三是通过办公自动化平台，为集团总部干部职工提供信息传送和个人网络办公的工具，包括公文流转、电子邮件、任务派发、会议管理、网络短信、事务提醒、日程管理、计划管理等。

**吉林出版集团：**在内部信息收集整合传播上，一是编纂内部宣传资料《社长总编通讯》，及时交流内部信息和工作动态。二是以会代训，定期召开各种业务交流会，以专题会议形式对集团员工进行全面系统的业务培训。三是建立OA办公系统，打造信息集成平台，提高信息交流效率。四是建立网络信息员制度，各子、分公司都设一名网络信息员，定期向集团网站报送工作动态等信息。

**云南出版集团：**一是建立信息工作制度和奖励制度，明确集团所属各单位信息员，建立一套较为完整的信息报送系统和工作人员队伍；二是结合省委宣传部信息工作的要求，建立《每日要情》报送制度，对涉及国家层面、全省层面的重大信息进行专题约稿，争取得到相关部门的关注，获得支持，总结推广经验；三是建立集团内部工作动态，定期收集整理集团领导、各部门、所属各单位重要工作和亮点工作，编辑发送，成为集团内部信息互通的载体；四是定期收集整理报送舆情信息，广泛关注了解意识形态领域工作。

源等栏目，每个栏目下设相应的子栏目，如新闻中心设有公司新闻、行业动态、媒体聚焦、影音传真等子栏目。二是《出版产业信息》。这是面向上级管理部门报送重要信息的载体，通过不定期将公司重大活动、产业动态、亮点成绩报送给相关管理部门，建立信息传递渠道。

**海峡出版发行集团：**在外部信息收集整合传播上，目前采用的还是比较传统的方式。由于集团内出版类的信息交流相对比较多，这部分的信息工作主要由出版工作部专门负责对外联络，与各大新闻媒体沟通交流。

**吉林出版集团：**在外部信息收集整合传播上，一是通过展会和互访等多种方式展示集团形象，加强与国内外出版企业的交流合作。二是浏览国内外出版企业网站以及相关政府新闻网站、行政服务网站等业务网站，及时了解国内外出版行业最新动态。三是向主流媒体和行业媒体及时推荐有价值的新闻线索，加强对集团的宣传报道力度。四是充分利用新媒体手段，加强对外宣传。例如，建立集团网站，建立微信公众平台“吉林出版集团”，作为集团对外传播的窗口。

■中国出版传媒商报记者 田丽丽

## 改进与优化

**中国出版传媒股份有限公司：**下一步，将按照集团领导的有关要求，抓住操作性、有效性、投入产出、组织实施四个关键要素，重点强化新媒体、网络媒体、业外媒体和海外媒体的整合传播，注重阶段性宣传与常态化宣传相结合、中心性工作和持续性热点相结合，突出宣传基于集团整体形象传播视角的品牌企业、品牌产品、品牌服务、品牌作者、品牌人物、品牌故事，善用“巧力”、善于“借力”、善成“合力”，努力构建一个集团与各单位统分结合、共同参与、协调运转、合力发声的有效整合传播体系。

**凤凰出版传媒集团：**未来工作的重点是打通内外部信息收集整合传播。集团和股份公司原来就有信息员队伍，内网有信息发布平台，信息收集传播渠道较为畅通，但是信息的整合再扩大需要进一步完善。因此，考虑选出一部分信息宣传骨干，成立宣传工作小组，拟订年度工作方案，明确工作流程，确定年度重大宣传或专题宣传数量。宣传主题将围绕集团年度重点工作，将形象宣传与业务工作、板块工作相结合，挖深度挖广度，重新整合利用信息。希望在重大信息宣传、热点主题宣传方面，得到中国出版传媒商报这样专业媒体的指导与帮助。

**上海世纪出版集团：**将进一步建立健全约稿制度，对一些重点工作的开展早作准备，采用重要信息的约稿、组稿的方式，扩大信息来源，防止信息漏报。如何更有效、更有创意地利用新型媒体是今后努力探索的方向。

**时代出版传媒股份有限公司：**公司内部网络的覆盖面需要扩大，在覆盖公司本部所有员工和公司所属单位办公室的基础上，覆盖到公司全体员工，这样信息沟通交流会更加便捷。在做好公司网站宣传之外，要充分利用移动互联网的优势，有针对性地传播公司信息。最近公司正在开发时代出版企业APP，在手机、Pad等移动终端上宣传公司信息。

**河北出版传媒集团：**将重点优化集团信息的网上发布渠道，发展壮大集团官方微信平台，改版升级集团内网、外网，实现信息的及时发布和无缝覆盖。加强与中国出版传媒商报等行业权威媒体的合作，进一步提升外部信息收集的及时性、权威性和广泛性，为集团科学健康发展提供有效的决策参考。

**山西出版传媒集团：**集团将进一步增强山西出版传媒网的留言反馈功能，增设专门收集整理外部信息的信息员，实现内外信息的互动交流。

**中南出版传媒集团股份有限公司：**下一步改进和提升的方向是再着力打造两大平台：一是通过建立公司公众微信平台，开辟新的对外信息发布渠道；二是通过推广应用OA协同办公系统，搭建新的内部信息交流平台。

**海峡出版发行集团：**进一步加强与新闻媒体的联络，把海峡出版发行集团最新的信息、好的经验做法向外传递。

**读者出版传媒股份有限公司：**尝试建立信息工作专业化队伍，承担信息收集、整合、传播等职能；依托即将建设的ERP信息化管理系统，逐步实现信息传输、收集、整合的数据化，提高信息的及时性、科学性、完整性和有效性。依托信息工作专业队伍，进行信息收集、整理和分析方面的培训，特别是掌握上市信息披露规则，可以及时掌握和积极应对上市审核和上市后等不同阶段的舆情动态；在对外传播方面，根据上市信息披露要求，形成统一传播口径，至少是对外发布前的统一审核把关；加强信息对外传播的计划性，改变临时性、分散性、滞后性的传播现状，逐步增强对外传播工作的整体性、及时性和有效性。

**云南出版集团：**一是加强全国同行业兄弟单位之间的信息沟通交流，学习先进经验做法，增进了解，获取帮助支持；二是加强和全媒体的合作，宣传集团改革发展工作，树立集团正面形象。

**吉林出版集团：**将充分利用ERP系统、集团网站、微信公共平台加强资源共享，提高信息收集整合传播效率。

|                                                                                            |  |                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <h3>声 明</h3> <p>本人是洪汛涛(《神笔马良》作者)版权继承人之一，相关出版合同需经我签字方能生效。</p> <p>洪紫千(邮箱) hzq699@126.com</p> |  | 河北大发纸业有限公司为国家秘密载体指定的销毁单位<br>我公司长期收购造纸原料出版社的报废书本、公司主要产品有：生活用纸、文化用纸、水印和安全线防伪用纸以及火碱底纸、防锈原纸、育果袋纸等工农业用纸四大系列。 |
|                                                                                            |  | 电话：010-60259488 联系人：王冬梅<br>手机：13501362711                                                               |