



河北出版发行中心外景

2014年,河北省新华书店有限责任公司(以下简称河北新华)坚持“围绕一个中心,突出三个重点,抓好十项工作”的总体工作思路,推进改革创新,加快转型发展,通过全系统员工的努力拼搏,各项经营管理工作均取得了良好成绩。2015年,河北新华的总体工作思路是:继续以转型升级、提质增效为指导,以提升经营管理质量和企业运营效益为中心,打造一个体系,夯实两大基础,实现七个提升,着力抓好十大重点工作,全面提升河北新华品牌形象与经济效益。

重主业 拓多元 推数媒 强实体 抓管理 提效益 河北新华:渠道立体重塑 O2O经营升级

中国出版传媒商报特约记者 石亚青

ERP项目建设

2015年,河北新华将全面推进信息化运营管理体系(ERP)项目建设,用一年时间,整合财务、教材、教辅、一般图书、文化音像等管理和业务板块,打通省、市、县三级体系,对接数字教育平台和电子商务平台,实现物流、商流、信息流有机融合,业务、财务、决策支持一体化,构建起管控科学、运行高效、适度超前的信息化运营管理平台。

教材发行

努力做好春秋两季教材征订发行工作;挖掘市场潜力,扩大市场份额;充分发挥售后服务中心作用,确保市级卖场教材全品种、县级卖场主要品种上架陈列和整学期供应。

教辅营销

狠抓部分门店教辅营销能力提升,解决区域发展不平衡问题,努力形成河北新华各市、县店教辅营销竞相进步的发展局面;进一步细分市场,挖掘区域性教育需求,开发区域定制产品;积极谋划新产品、新项目,努力抓好绘本馆建设工作,确保各市完成1~2家的建设目标。

一般图书经营

以“ERP”项目建设为契机,搭建起货源、中盘、卖场之间信息畅通的智能化运营平台;抢抓节假日等时间节点,积极举办惠民书市、名家巡回签售等丰富多彩的营销活动;以店外营销为突破,做好馆配、大宗采购等竞标工作;组织专家、学者、文化名人、企业家等组成专家团队,面向政府、学校、企业及读者开展阅读推荐及定制服务;积极开展“走出去、走下去”工作,做好店外营销推广;将传统营销与微信等新媒体营销有机融合,精心策划传播快、粘性强、接地气、有实效的营销活动。

卖场转型升级

加快河北新华各市级卖场和较大的县级卖场“文化综合体”建设步伐,全力打造一站式城市文化综合体;大力推进卖场精细化管理,不断提升新华门店社会形象;加速实体卖场与互联网的融合,打造具有河北新华特色的O2O体系。利用网站、微博、微信、专属APP等,为顾客提供线上线下一体化的消费体验;全力抓好沧州新华文化广场、石家庄国际图书大厦等重点项目建设;进一步推进网点延伸,提升校园书店建设的数量和质量,力争实现县县有校园书店的目标。

数字化转型

紧紧围绕“一个中心,两个平台”的数字化发展思路,加快推进“新华e教”平台的建设推广工作,努力提升平台的社会关注度。根据河北市场实际需求,积极开发具有自主知识产权的数字化教育产品,以核心产品的推广提升“新华e教”品牌知名度。

文化音像与数码产品

在文化用品销售方面,积极谋求合作开发优质产品,打造文化用品河北新华品牌;积极开展店外推销,努力拓展政府采购市场。在数码产品销售方面,积极参与教育装备招投标项目,形成新的业务增长点;进一步做大新型产品和重点产品的渠道分销业务,增强市场竞争力。

企业管理

优化完善绩效考核制度体系,突出对河北新华各市店、总部各经营公司销售和利润等主要经济指标及重点工作任务目标的考核;优化薪酬分配制度,提高市、县店领导班子绩效薪酬比例;进一步规范财务管理和资金管理,促进财务整体管理水平不断提升;加强审计监督工作,提高审计质量和频率;切实加强精细化管理,优化流程、健全制度、强化监督落实。

人才建设

进一步建立健全人才引进和培养机制,加强对关键岗位人才,特别是满足河北新华长远发展需要的专业化、高层次人才的引进和储备;科学制定培训计划,加大对人才培养的投入。在干部选拔任用方面,在全系统范围内选拔使用业绩、能力突出的人才,打破传统用人思路,实现人才的全系统流动;健全干部考核评价体系,建立优胜劣汰机制,疏通干部“能上能下”的渠道。

企业文化和品牌建设

加强企业文化建设,充分发挥各级工会组织作用,不断创新工作思路和方法;积极组织开展业务技能比赛和丰富多彩的文体活动,为员工创造和谐向上、充满正能量的工作环境;积极借助行业内外主流媒体和网站、微信等传播途径,全面宣传河北新华在改革发展方面取得的最新成果,不断提升社会知名度和品牌影响力;积极参与捐书助学、捐资扶贫等社会公益活动,彰显河北新华的企业责任和价值取向。

十大关键词
扬帆2015



环境优雅的“石门书库”微书城线下体验区



全省第21届青少年读书活动参加人数达550万



新华书店是孩子们学习阅读的好地方



正在建设中的沧州新华文化广场



升级改造后的唐山书城成为城市文化新地标



保定新华绘本馆的老师在给孩子们讲绘本故事



2014年河北金秋惠民书市共接待读者87万人次

经营业绩创历史新高

2014年,河北新华实现营业收入83.02亿元,同比增长45.09%;利润总额3.78亿元,同比增长71%,双双创出历史新高。2014年11月,河北新华荣获省委、省政府授予的“省级文明单位”称号;2015年1月,在由世界媒体实验室推出的2014年度“世界媒体500强”排行中,河北新华跻身其中,位列第472位。

教学用书销售大幅增长

2014年,河北新华圆满完成了春秋两季教材征订发行任务,确保了“课前到书、人手一册”政治任务的完成。同时,河北新华旗下各店通过一系列措施,深度挖掘教辅、大中专、职教、幼教材料市场,各业务板块同比均实现大幅增长。一年来,全省各店扎实做好全省青少年“爱国主义”、“阅知行”、“国防教育”三大读书活动,累计发行活动用书1095万册。

卖场转型升级成效显著

2014年,河北新华按照建设市民阅读文化体验中心、塑造城市文化名片的工作思路,大力推动全省卖场转型升级和文化综合体建设。唐山书城经过两个月的装修改造,已华丽变身成为一家以文化为主题的多业态、复合型综合卖场;承德市店重装开业后,业态更加丰富,布局更加科学,形象面貌焕然一新;石家庄汇文书城确定了打造省会首家专业儿童书店的升级方案,即将全新绽放。

营销活动亮点纷呈

为聚拢人气、引导消费,2014年,河北新华利用节假日和社会热点,策划开展了200多场丰富多彩、贯穿全年的营销活动。2014年元旦和国庆期间,举办了两次大型惠民书市,累计销售近2000万元;河北新华还精心组织了儿童作家杨红樱全省巡回签售活动,10天走进7家市店和1家县店,累计销售码洋24.5万。

数字化转型迈出实质步伐

2014年,河北新华确立了“一个中心、两个平台”的数字化转型工作思路。截至2014年年底,河北新华已完成信息化运营管理体系(RRP)项目建设招标工作,进入了系统开发阶段;新成立了数字教育发展公司,搭建了“新华e教”在线教育平台,2014年“E周同学”产品注册用户达到1.8万户;“人教数字校园”产品新签学校15所,区域项目3个。

O2O营销模式成功试水

2014年,河北新华积极鼓励、引导各市、县新华书店卖场探索“实体店+微店”的本地化O2O体系建设。2014年11月,河北省首家O2O微书城——石家庄图书大厦“石门书库”成功试水。这种线上线下互动融合的购书模式,给广大读者带来了全新的消费体验,发展势头良好。

特色网点遍地开花

2014年,河北新华以超前的经营意识,积极布局全省新华绘本馆建设。组建了专业团队,成立了儿童阅读推广人协会,完成了“新华绘本馆”整套VI设计方案。保定青年路幼儿园绘本馆作为全省的示范店,将阅读功能与儿童娱乐功能完美融合,深受广大家长与幼儿欢迎。河北新华在全省各地继续大力推动校园书店建设,年内新建校园书店56家,全省校园书店总数达到102家,总营业面积1.16万平方米。

文化音像和数码产品销售势头良好

一年来,河北新华借助“文化综合体”建设,将店内展销与店外推广相结合,全面提升了重点文化音像产品的营销水平。在数码产品销售方面,扎实做好数字教育装备竞标工作,全年中标37次,合同金额达1.01亿元;进一步拓展渠道分销业务,全年实现销售1.13亿元。

重点项目建设取得突破

总建筑面积7万平方米、总投资2.3亿元的沧州新华文化广场成功入选“2014年度河北省十大文化产业项目”,目前主体工程已经完工,预计2015年10月投入运营。该项目建成后,将成为一座多功能、多业态共存的城市文化新地标。石家庄国际图书大厦项目已完成搬迁工作,正在进行规划设计。此外,积极做好重点项目资金申报工作,数字化立体运营升级项目等共获得中央和河北省支持资金1750万元。

企业管理更趋科学规范

2014年,河北新华在财务管理上实行了各市店财务总监委派制、财务市店统管和全省资金集中管理等新举措,进一步规范了企业财务管理;修订完善了河北新华绩效考核、薪酬分配、营销奖励等一系列有关制度,构建了更加科学的绩效管理体系;继续加强内部审计监督,提高审计质量和频率,及时规避经营风险。

十大亮点
回望2014