

老总说·经验分享

于慧丰认为,如果没有信息高速公路网体系,物流、商流就难以顺畅。作为商贸企业,河北新华网点遍布全省各地,经营管理需要数字化体系作支撑;多元化业务的特点是统筹和资源聚合,利用大数据才能实现市场资源的融合和利用。运营架构的完善、管理水平的提升、新业态的对接,信息化、数字化是先决条件。**构建信息化、数字化的运营体系是各项工作的基础。**据了解,河北新华已将ERP体系建设纳入2015年重点工作之首,计划用一年时间,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,实现业务、财务、决策支持一体化。

于慧丰觉得,管理是企业永恒的主题,**强化管理,提高企业运营效率和水平至关重要。**

在财务管理上,河北新华从2014年开始,实施了市店子公司财务总监委派制和县店分公司报账制,建立了全省统一的资金平台,统筹使用,使资金产生了更高效益。在绩效管理上,以制度、薪酬、奖惩为抓手,进一步完善了对各市店子公司和省店本部经营公司的年度目标考核,对省店本部非经营单位和全体员工的绩效考核,对市、县店负责人的薪酬管理等;构建了更加科学的绩效管理体系。此外,河北新华在员工管理、业务管理、审计监督、人才队伍建设、企业文化建设等方面也推出了很多新举措。据了解,未来河北新华将进一步创新管理方式,加大管理力度,让管理成为企业提升效益、提高运营质量的强大引擎。

# 谋划河北新华新变革

## 访河北省新华书店有限责任公司总经理于慧丰



正在建设中的沧州新华文化广场

中国出版传媒商报记者 倪成

### 新思索:正视差距深掘优势潜能

新华书店特殊的运营体系,使得一线经理如同作战部队的连营长,主要按照上级决策负责一线作战。这使得承担指挥任务的高层决策者,更需要走出去、沉下去,下基层了解情况,把握全局,有的放矢。

上任两年来的多地走访,使于慧丰对河北新华的组织架构、发展现状等有了直观清晰的了解;多年一线岗位的磨砺、实际工作的点滴积累,也使他对企业经营、管理有着比较全面的认知。他认为,尽管河北新华近年来发展迅猛,年销售额从四五十亿元快速增长至2014年的83亿元;在2013年权威机构发布的全国发行集团排名中位列第8。但“河北新华与浙江、江苏、安徽等资产总量超百亿元的发行集团相比仍有差距,尤其是部分上市发行集团在资源整合、投融资、主业经营等方面都取得了成功探索,河北要正视差距不断改进”。于慧丰总结道。

审视差距的同时,于慧丰也在努力对河北新华目前的存量优势资源进行再整合,不断挖掘增量,以提升整体运营能力。他认为,河北新华在管理水平、团队建设、资源禀赋等方面拥有不小的优势,有较深厚的潜能待挖掘。“河北新华股份制改造较早,已形成了一套比较完整的管理制度;多年的稳扎稳打,也锻造了一支高效务实的执行团队;河北是人口大省,资源禀赋突出,河北新华在144个县区都拥有网点,线下门店优势明显。”于慧丰强调:“这些潜能可以让河北新华在转型升级中,拥有较大的腾挪发展空间,我们也有信心做得更好。”

(上接第10版)

## 出版冀军 燕赵精品

### 河北科学技术出版社 以养生、科普图书带动品牌发展

医疗保健养生类图书是河北科技出版社的拳头产品。2014年该社“医疗养生保健工作室”策划推出的生活书占该社一般图书品种的20%。其中《跟我学你也能活100岁》入围国家新闻出版广电总局和全国老龄工作委员会办公室组织评选的“2014年全国老年人推荐优秀出版物”目录。除了保健牌,河北科技社科类图书也渐成规模。在推出《青少年科普知识读本》、“青少年军迷”系列等120种青少年科普图书后,河北科技社“青少年前沿科学探索”丛书(10种)入选国家“十二五”重点出版规划增补项目。

在职业教育教材方面,河北科技社紧抓国家中等职业教育改革发展示范校建设教材市场,分别组织了“国家中等职业教育改革发展示范学校建设系列教材”30多种,《畜牧兽医实训实训指导》等校本教材6种。此外,该社还积极配合新型职业农民培养工程,与河北省农业广播电视学校联合开发培训教材10余种;正与几家科技出版社联合策划适合北方农民使用的新型职业农民教材100多种等。

河北科技社数字化转型已取得初步成果,其申报的河北省科技厅2015年科技计划项目《内容数字化编辑加工与投送系统工程》获得批准。这个项目通过搭建内容端投送平台,建设MPR出版资源素材库和成品库,形成图、文、声、像共同呈现的多元化增值出版服务。

### 河北少年儿童出版社 由品牌产品向品牌出版社转变

1982年成立的河北少年儿童出版社,已走过了30个春秋,出版了2万余种少儿读物,500余种图书在全国和河北省内获奖,近20种图书获国家“五个一工程奖”、中国出版政府奖、中国图书奖和中华优秀出版物奖等奖项,30余种图书列入国家“三个一百”原创出版工程和“向全国青少年推荐百种优秀图书”。在三十而立后,河北少儿社进入新的阶段,开始由打造品牌产品向打造品牌出版社转变。2014年河北少儿社出版了1705种图书,销售码洋超过5亿,其中常规图书销售占销售总收入的6成,并形成了校园小说、侦探小说、魔幻小说、阳刚男孩系列、科学探索系列、励志系列、成长绘本系列等品牌系列。同时,河北少儿社在北京成立乐尚华星全资子公司,正立足京津冀一体化,面向全国,为该社品牌发展创造更大的空间。

面对当前电商的迅猛发展,河北少儿社进一步加大网销力度,加强与京东商城、当当网、天猫等电商的深入合作,积极探索和尝试新合作形式,其中重点做好与京东独家合作的14个系列50多种图书的宣传营销工作。如该社开年之作“允许我流三滴泪”系列,自2015年2月上市以来,通过限时抢购、线上线下互动促销、免费试读等多种宣传营销手段,两个月销售突破20万册,位列京东儿童文学类销售排行前5名,成为该社2015年开年最畅销图书。

### 方圆电子音像出版社 服务教育 回馈社会

方圆电子音像出版社成立于1995年,相较老牌图书出版社比较年轻,但却后发制人,发展迅速。2014年国家新闻出版广电总局批准方圆电子音像出版社开展“盘配书”出版业务,成为全国12家获此资质的出版社之一,至此方圆电子音像社已经有了图书、音像、电子、网络各种出版形式,成为名副其实的全媒体出版单位。《中国玉器全集》《中国共产主义运动的先驱——李大钊》《西柏坡》等18种产品获得国家电子出版物奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等。

主题出版是方圆电子音像社的一大特色,在国家新闻出版广电总局2013~2014年连续两年举行的“向全国青少年推荐50种优秀音像电子出版物”活动中,方圆电子音像社有6种产品入选,入选总量并列全国第一名。在抗战70周年到来之际,方圆电子音像社即将推出《冀东八路军》《平山记忆》《长城颂》等产品。除了做好电子音像出版物,方圆电子音像社还积极推进网络出版。2014年方圆电子音像社成功举办了河北省第一届微课大赛,登记作品超过了5000件,在河北全省形成了微课的高潮。

在河北教育行政部门的支持下,方圆电子音像社正式启动了“培智教育”项目,出版了全日制培智学校义务教育实验教科书,实现1年级至9年级的全覆盖。小学阶段72种培智教材已经全部出版,受到各级培智学校的欢迎。此外,依托培智教材项目,方圆电子音像社还策划了《智障儿童无障碍学习全媒体出版工程》,已被国家出版基金办列入2015年资助项目,资助金额超过500万元。

### 声音

# 群策群力:为「合作共赢」建言献策

中国出版传媒商报记者 王少波

在3月11日下午的河北出版集团总部大楼内,河北人民出版社、河北美术出版社、花山文艺出版社等9家河北出版集团成员单位相关负责人,与中国出版传媒商报记者团一行围绕2014年河北出版集团成员单位经营概况、2015年重点工作等主题同席座谈。9家单位代表还分别就当下的书业现状,对商报提出了中肯的建议,既有各个单位当前关注的焦点问题,也表达了他们对与商报进一步加强合作的意愿。

**王苏凤**(河北人民出版社副总编辑)

多年来,商报刊登的业内经验、做法等实务性东西,对我们工作帮助很大。如今的商报增加了新的板块,让人更是耳目一新。未来,首先希望商报将行业新闻和读者需求结合报道,达到更好的宣传效果。其次,希望商报能够组织相关培训,帮助出版社更好地开展宣传工作。今年是主题出版年,我社将推出与抗战相关的重磅图书,希望能和商报开展更多合作。

**田忠**(河北美术出版社副总编辑)

商报作为业内的知名媒体,是否可以通过特刊、增刊等方式,让报刊走进大众读者?这样可以指导大众阅读,也能将行业好书传播给大众。近年来,出版社在营销上受到新媒体和市场变化的影响,出现了很多问题,抑制了一般图书的增长。出版社正在想办法解决问题,希望商报能够建立营销平台,分享经验;也希望平台能够和大众读者联系起来,效果会更好。

**罗胜奇**(花山文艺出版社副社长)

参加了2014年商报举办的“首届书店营销实务对接会”,我收获很大。但我也发现到场的很多出版社都是重点社或规模较大的出版社,希望今后能多给规模较小出版社机会来交流分享经验。同时,希望商报在网站上建立出版社的信息平台,便于全国出版社形成宣传互动。

**和英布**(河北科学技术出版社社长助理)

中国出版传媒商报是我们出版人必读的专业报纸,信息量很大。我建议,商报可以在数字出版上再增加报道,将一些成功的案例进行分析介绍,让出版社在实际运作时,可以有所参考借鉴,尤其是在盈利点和运营方式等方面。

**董素山**(河北少年儿童出版社总编辑)

如今,少儿出版的全球同步步伐加快,许多少儿出版社都与国外出版机构签订了协议,出版社希望掌握第一手的出版资源。希望商报能够在世界少儿出版板块的报道更加深入,同时能多报道少儿图书数字出版的实例。近年来,商报不断改革、创新,影响力越来越大,希望商报能开展多方位立体合作,共同宣传冀版图书。

**王斌贤**(河北教育出版社总编辑)

当前出版的融合是大势,结合我们自身的情况分析,如何做好出版与科技、金融的融合,是一个非常重要的课题。这方面希望商报能够进行深入研究,推出更接近出版社工作实际情况的报道,满足出版人的期盼和需求;也希望商报采取更多方式和出版社进行联系,获取更及时的信息。

**路殿国**(方圆电子音像出版社总编辑助理)

虽然商报扩大了报道的领域,中国阅读周报、中国出版营销周报等专刊的报道也非常深入,但是在数字音像、电子方面的报道却相对薄弱。另外,图书行业近年来变化很快,图书的跨媒体融合趋势加速,这方面的信息希望商报能够加强报道,这些也是商报有待挖掘的潜力股。

**杨光**(冠林数字出版有限公司总经理助理)

希望商报对数字出版公司多多关注,如数字出版的人才问题。受图书行业本身的限制,通过什么机制吸引人才、留住人才成为难题。真正符合需求的复合型人才,不但少而且难挖,而自己培养也不易。这个问题如何解决,需要更多实践和探索的经验,希望商报能够予以解决。

**王富江**(河北新华书店总经理助理)

一是希望商报多到河北各地的新华书店考察,实地交流;二是将全国各地,尤其是地市级新华书店好的做法、案例,多多进行报道,用于指导一线工作。