

专题
预告

在第三届出版传媒业(集团)信息资源联通会议上,特别邀请了上市公司和证券公司的相关负责人就上市这一关键词畅谈自己的认识和体会。现摘录其中主要观点,全文将在近期刊发。

孙香娟(中文在线数字出版股份有限公司总裁助理、内容中心总经理):

- 国内出版传媒上市阶段与路径、经营现状、新业态与新看点上市手段多样。
- 上市给出版传媒企业带来机遇:A 改善财政状况 B 融资杠杆 C 健全企业激励机制 D 品牌提升 E 助力转型升级。
- 上市给出版传媒企业带来挑战:A 面向公众 B 短期效益 C 特殊时期会受到股市等外部因素影响。

福生(北京吴福文化传播股份有限公司董事长):

- 用互联网思维解决教辅书业的痛点。利用互联网思维下的众筹模式,垂直销售。整合微小书店,也就是校边店。形成大数据。

重识信息战略,
出版传媒业有话说

紧跟趋势 主动适应 积极调整

○金夏

信息战略已经成为推动出版集团发展的重要战略。无论是数字出版、按需印刷,还是在线教育、电子书包,都是信息战略的具体表现形式和承载载体。出版业与科技融合,特别是与互联网、移动互联网、云计算、大数据的深度融合,就是与现代电子信息技术的结合,对传统纸媒出版方式来说,是一场颠覆性的变革。在这场变革当中,办公室的工作也要紧跟趋势,主动适应积极调整。

使出版企业成为真正信息化企业

○卫敏

信息化是社会发展的先导力量。从国家战略来看,信息基础设施建设和信息化应用是实现“四个全面”的重要举措。特别是在“十三五”时期,信息战略已成为国家意志,发挥着至关重要的作用,信息产业迎来了前所未有的发展机遇期。因此,信息战略必须紧紧围绕更好地支撑“四个全面”的落实,必须紧紧服务于“互联网+”行动计划的实施。

信息战略是出版企业持续发展的必由之路。在全球化信息革命浪潮和“互联网+”的行动中,出版业必然首先迎来革命性的变革。从出版业的产品属性来看,出版物的实质是“内容(信息)+载体”。出版企业就是对内容(信息)进行系统加工,形成出版物,通过营销实现经营效益。内容和信息传递方式的变革,使传统出版企业必须进行生产经营与管理的及时革新。这就要实现出版企业信息化,使出版企业成为真正的信息化企业,以新产业、新业态、新产品、新技术赢得市场。

新要求下三转变

○林铨

信息工作是企业重要的基础性工作。随着出版改革的不断深化,随着信息技术的迅猛发展,都对信息工作提出了新的要求。首先,信息工作应从单纯的信息报送需要转变为企业经营管理的需要。

过去,信息工作主要指为符合上级党政部门信息报送的要求而在本单位建立的信息报送渠道与方式。随着企业规模扩张,层级增多,信息工作应该与财务信息、人事信息等一样,通过收集传递,为企业的经营管理提供信息支持,为企业的政策宣导提供平台。

其次,信息工作应从企业对外宣传需要转变为企业文化建设的需要。打造百年老店,离不开企业的文化建设。企业的信息工作要以企业的理念引领,把企业的外宣与内宣相结合,使信息工作成为企业文化建设的主要载体。

最后,信息工作应从单向上报转变为多向传递。只有不断地提高信息处理能力,使信息工作能为更多的单位与部门服务,才能真正提升信息工作的价值。

紧密集团内部、联系集团内外的渠道

○胡礼慧

随着产业环境的升级,信息工作上升到企业战略层面,被纳入集团整体战略中谋篇布局,发挥着对内凝聚共识、对外发声宣传的作用。集团各层面对信息工作的认识不断加深,信息工作不再被简单地等同于宣传工作,而是融入经营管理工作,作为其中的重要组成部分,有的甚至对工作起到直接的推动作用。特别是在深化国有企业改革、推动国有文化企业“双效”统一的最新要求下,信息工作承担着更多的聚合、参谋、建议、总结、探求的职能,成为紧密集团内部、联系集团内外的一个渠道。

注重三方面意识培养

○郭水珍

互联网重新塑造了媒体的生态系统,在这个全新的系统中,信息工作和媒体一样,服务对象从过去的读者,转向了今天的用户。作为出版集团的信息工作,一方面信息工具的多样化,为信息发布和传递带来了便利,另一方面信息开放和信息迭代速度的加快也给信息工作增加了难度。

这就要求办公室在处理信息工作时注重三方面意识的培养:一是信息安全意识。网络安全与舆情管理的重要性自不必说,对于一家上市公司而言,信息披露的合规性也要时刻警钟长鸣。二是融合意识。随着传统媒体与新媒体的融合,在开展信息服务中也要善于融合使用多种信息工具,完成信息工作,进而提高管理能力,构建具有“互联网+”特色的现代企业管理体系。三是用户意识。把注重用户体验的互联网思维运用到信息工作中,信息服务突出个性精准的特色,把信息工作作为公司企业形象宣传、投资者管理的新窗口。

占据新竞争优势的重要抓手和独特资源

○苏轲

信息化作为“新四化”目标的重要一环,在“互联网+”的背景下,必然成为各大出版传媒企业“十三五”规划中不可或缺的组成部分,从而给予其足够的重视。虽然信息工作作为一种战略尚需一定的积累,但凡是有长远眼光的行业领军者,无不以此作为了解行业前沿、判定发展方位、促进产业升级、催生新的商业模式,占据新的竞争优势的重要抓手和独特资源。当前各大集团围绕品牌、人才、数字化、“走出去”、多元发展等战略正在蓄力,支撑起未来发展的战略骨架,而信息正是流淌贯穿其中的神经和血液。这一点正越来越多地得到实践佐证。

在企业日常管理中发挥重要作用

○郑瑶

信息战略工作在企业日常管理活动中有着十分重要的作用。信息工作做好了,一是可以及时有效地宣传贯彻党和国家的方针政策,传达贯彻上级主管部门和集团党委的重大决策,提高整个社会对出版工作的认识水平,提高广大职工对集团的关切度,有助于社会对集团的进一步理解和支持,有利于集团的快速健康发展;二是通过信息这个窗口,可以汇总全市、全行业乃至全国范围的热点资讯,这些经过高度拣选后的信息,可以给领导层决策提供有益的帮助。

以战略资源造就品牌资产

○罗守兵

第一,信息是战略资源。通过信息的收集、汇总、传播、交流,能够反映一个集团的工作亮点、发展动向,能够交流业务经验、汲取创新智慧、推动产业发展,能够展示企业品牌形象和员工精神风貌,培育优秀企业文化。

第二,信息造就品牌资产。品牌是无形资产,品牌营销和品牌传播是出版传媒产业的永恒主题。做好信息宣传工作,是出版传媒集团品牌营销和品牌传播的重要前提。现在是“口碑经济”、信誉至上,企业信息的及时有效发布,信息平台的持续打造,舆论环境的不断优化,是加强对外宣传、维护企业形象、提升品牌价值、扩大社会影响的重要法宝。

对企业的挑战,也是行业的机遇

○杨稀贵

党的十八大报告提出的“新四化”必将促进中国经济社会结构的进一步发展。企业面临的经济社会环境将进一步改变,信息化在工业化、农业现代化和城镇化的发展中扮演着促进和联系的作用。在这一变革过程中,运用信息化手段,参与并适应这一变化和新环境至关重要。这对出版发行企业来说同样重要。

基于本行业来说,互联网推动行业变化已于十多年前开始。通过网络销售实现的图书销售码洋占零售总码洋比例逐年上升,互联网已逐步成为本行业的重要销售手段。随着互联网对社会的逐步改造,也对本行业提出了更深刻的改造要求。基于互联网实现数字化阅读,已经成为读者生活的一部分,产业价值链和商业模式也逐渐明晰,必将成为本行业的重要组成部分。进而,出版过程的网络化、社会化也必将成为行业趋势,是本行业不可绕过的互联网变革。所有这些是“互联网+出版发行”对企业的挑战,也是行业的机遇。

更好地助力企业改革发展

○郑秋月

在“互联网+”时代下,随着移动技术和数字化的迅猛发展,互联网和传统行业深度融合,一方面动摇了传统信息宣传媒介的生存空间,对传统媒体形成了严峻的挑战,另一方面大大拓展了新的信息宣传领域,推动信息工作由传统向现代转变。数字化大潮给包括新闻出版业在内的各行各业带来的变革和影响,促使发行行业必须适应新的变化,改变传统编辑思维、工作习惯和工作模式,紧跟形势发展步伐,提升信息工作水平,充分发挥信息工作的重要性,才能更好地助力企业改革发展。

与企业发展的深度融合

○安利伟

信息战略的提出与应用最早源于军事范畴,时至今日,其已经广泛渗透到经济发展的各个领域,信息资源已经成为各行各业发展与成败之关键,可谓是成也信息,败也信息。2012年,党的十八大报告中首次提出“新四化”的概念,表明信息化已被提升至国家发展战略的高度,信息化与企业发展的深度融合已是迫在眉睫,时不我待。

○如何用资本手段体现文化创意的价值。利用规则形成自身的融资能力。出版业潜力巨大,出版者应该贡献更好的图书来抢占读者时间。

陈立浩(华龙证券股份有限公司资本市场部总经理、保荐代表人):

- 新闻出版业上市公司上市要点:独立性,包括人员独立性、资产权属及其独立性以及业务、财务、机构的独立情况。财务核算体系。可持续发展能力。
- 出版业上市公司审核关注事项:出版业行业特许资质,报告期内违法违规情况,财务数据真实性。
- 出版业上市公司审核关注事项中的风险因素:税收优惠、政府补助风险、数字出版发展带来的风险,纸质媒体竞争加剧、消费群体扩张难度加大的风险,优秀人才缺失的风险。



如何变信息传播
为信息资源整合?

当好中外文化交流的“出版信使”

○何奎

在互联网出现前,信息比较匮乏,大家都在到处找信息。而在“互联网+”的背景下,却出现了信息过剩的情况,就像微信每天都有大量的信息在朋友圈展现。在信息日益纷繁的情况下,文化企业的品牌宣传如何去? 一个重要的关节点就是要抓住“引爆点”。

今年5月美国书展期间,中国出版集团在这方面进行了尝试。在集团领导的创意下,我们在纽约曼哈顿时代广场发布了一个以“读懂中国”为主题的集团形象沙画宣传片,以每天119次、每次30秒的频率,连续10天亮相时代广场最大的LED屏幕。这是中国出版企业历史上第一次登上时代广场大屏幕,成为美国书展中国主宾国的热点话题之一。我们的目标之一是传达“好书是知己,好书是朋友”的理念;目标之二是将中国的出版品牌形象传递给美国普通读者。通过这部宣传片,以及与之相关的宣传报道,扩大了中版集团在国内外普通读者中的知名度。粗略统计,有200多家海外媒体和1000多家国内媒体对此进行了报道,宣传效果是比较不错的。

接下来,集团将配合不同的活动主题,继续选择不同时机,在海外不同国家的重点场合,持续播放“读懂中国”系列宣传片,让中国的形象、中国的图书持续闪亮在更多的“世界之窗和十字路口”,努力为进一步促进中外文化交流当好“出版信使”。

运用互联网思维向多元领域进军

○卫敏

信息化能够最大程度地整合企业全部资源,促进企业资源效能最大化。尤其是公司现有规模较大,机构较多,研发、生产、销售等流程存在管理线较长、信息流不畅的分段式管理的弊病,通过建设高效的网络信息平台,解决企业信息流问题,对企业进行高效决策、生产问题及时解决、市场信息快速反馈等有重大作用。同时,更加重要的是运用互联网思维,利用大数据等技术,向在线教育、健康保健、文化社交、少儿成长、艺术品经营等多元领域积极进军,实现传统出版转型升级。

核心问题还在质量和实效

○陆迅

加强信息把关。明确集团所属单位分管领导、总部职能部门负责人为信息工作责任人,负责对信息条目和稿件进行把关。为了确保信息的准确无误,集团和所属绝大部分单位让能直接参与领导活动、参加各种重要会议和重要调研活动的同志担任信息员。不少集团所属单位、总部各职能部门领导从信息选题到信息定稿,坚持层层过问、环环把关,提升了信息工作的整体质量。

搞好选题策划。我们把选题策划作为编写好重大信息的主要手段。选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。我们要求集团所属单位、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。

健全约稿制度。对一些重点工作的开展早做准备,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。

逐步完善企业信息战略和IT规划

○杨稀贵

文轩2007年通过实施SAP信息系统实现了企业资源整合和流程再造。近年来随着企业业务发展的要求变化,信息工作也不断调整,进一步进行整体考虑,并不断探索前进。在实践中逐步完善企业信息战略和IT规划,初步建立了战略实施有效、管理决策有力、业务支持灵活的企业信息规划。针对企业经营领域的快速扩张和互联网对产业的巨大影响,需要在各业务单元对与客户进行交互的层面,建立信息化服务。文轩在原有ERP系统的坚实基础之上,采用迭代更加灵活、敏捷的开发和信息管理方式,分别对各业务单元的业务信息化服务起到较好的业务支持效果。例如文轩实施O2O项目,将线上文轩网、九月网资源和线下门店资源以及物流支撑等资源进行整合,打造文轩O2O业务。整个项目在书城互联网化和线上线下融合两个层面上实施。

突出重要板块、合作伙伴和重大项目

○胡礼慧

过去,信息工作操作形式单一,呈现方式简单,常常以媒体合作协议作为工作手段,以发通稿、发稿量作为工作目标,看似主动其实非常被动。这几年,在集团年初工作会议之后,办公室围绕年度重点工作定计划做预算,突出重要板块、合作伙伴和重大项目,同时统筹好与所属企业信息工作的关系。比如,凤凰集团联合书业新媒体主办的“中国好编辑”评选、与凤凰网江苏的全面战略合作等,在集团形象宣传与凤凰传媒品牌建设之间找到了结合点。从集团、上市公司到各企业,既搭建了内部信息共享的网络平台,又在官网、微信、微博展示各自亮点,赢得了不少粉丝的关注。

(下转第4版)

怎么看待信息战略?

河北大发纸业有限公司为国家秘密载体指定的销毁单位
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板底纸、防锈原纸、
水果袋纸等工农业用纸四大系列。
电话: 010-60259488 联系人: 王冬梅
手机: 13501362711