



中国书店举办“纪念曹雪芹诞辰300周年《红楼梦》珍贵古籍展”

中国出版传媒商报讯 在曹雪芹诞辰300周年之际,中国书店于10月13日~25日在中国书店雁翅楼店举办“纪念曹雪芹诞辰300周年《红楼梦》珍贵古籍展”,展出了《红楼梦》不同版本的珍贵古籍及相关资料。

本次展出的品种包括中国书店店藏《红楼梦》最早的刻本;清乾隆五十六年(1791年)木活字印本(程甲本)、清乾隆五十七年(1792年)木活字印本

(程乙本)以及1961年影印本《乾隆甲戌脂砚斋重评石头记》;1955年据庚辰本影印本《脂砚斋重评石头记》;民国有正书局石印本,戚蓼生序《原本红楼梦》;1973年影印本《戚蓼生序本石头记》;1963年影印本《乾隆抄本百二十回红楼梦稿》;清光绪求不负斋石印本《增评全图足本金玉缘》;据清蟾波阁本影印本《红楼梦曲谱》;民国上海书局石印本《增评补图金玉缘》。(郭虹)

利润下滑 工资水平相对较低 民营书店人才年轻化寻解

■ 中国出版传媒商报记者 焦翊

书店 对很多老一辈人而言,是一份阅读的情怀,一座知识的圣殿,也是一种心灵的向往。曾几何时,去书店工作是很多年轻人最初的职业梦想。但如今,随着阅读渠道多元、市场经济发展以及科技理念的日新月异,书店与年轻人都发生了变化:一方面是书店转型发展亟需专业、领军型人才;另一方面,书店情怀难敌世俗“柴米油盐”,很多年轻人选择了放弃或离开——这在一定程度上造成了目前书店技术型、创新型、复合型人才的短缺。(链接:5月8日第2136期2版《发行领军人才稀缺 培养尚有心无力》)

而民营书店相较新华书店,由于店面小、积累薄等原因,对各种成本控制的要求更高,在这种情况下,如何挑选人才并做好人才管理,更能彰显民营书店管理者的功力。书店人才必须用!如何选?且看各家书店“各显神通”。

90后渐成主力 员工构成趋于年轻化

中国出版传媒商记者在采访中了解到,民营书店的人才构成多以“年轻人为主”、“20~30岁之间居多,整体呈现出年轻化趋势。”

在山东泰安文友书店,在职的80余名员工中,年龄30岁以下的占70%,高比重的情况也出现在四川西西弗书店。“80后与90后是目前企业主力军,分占总量的40%和38%”。西西弗书店人力资源总监钱晓彬认为,“出现此种情况对书店来说并非坏事,能够体现出人才梯队年龄层的连续性与延续性特点。”

不少民营书店负责人表示,招聘足够数量的年轻人是民营书店继续发展必须做的事情,主要原因有二:一是书店的经营、发展离不开“人”这一基本要素;二是民营书店消费者以青年人为主,只有通过对书店年轻人才的培养,才能改变思路,更贴近读者需求。

“但书店经营也有其特殊性,工资普遍不高,很多年轻人来工作全凭一腔热情。”深圳友谊书城采购部副主任赵勇总结道。而这,也是民营书

店目前普遍存在的现象之一。由于网络书店对民营实体书店的巨大冲击,民营实体书店销售利润下滑,“全凭一腔热情”、“因为爱书”,兴趣成为年轻人选择书店的主要原因。

流动性大成才率低

困扰民营书店的人才匮乏问题,不仅出现在“人”上,也出现在“才”上。图书行业的特殊性,需要从业者经过多年历练后方能有效参与经营和管理,这与快消品经营有很大不同,快速熟悉和掌握商品特性,适应商品经营,在图书行业具有较大的难度。

无论是“80后”还是“90后”,虽然曾经遭受过社会的质疑,但毫无疑问,如今他们已逐渐成长为社会的中坚力量。这些伴随着新技术、新思维,拥有更加多元、开放思想的社会新人,拥有着更强的创造力和创新精神。但不少民营书店负责人表示,因为工作待遇不理想,重复性工作多、乏味,企业招聘承诺无法兑现,工作无法被认同,难以融入团队等问题,跳槽频频,图书发行新人成才率低。

“目前经营中最缺乏的是既热爱图书又具备较强经营、管理能力的人才。”重庆购书中心采购部副主任钟原胜表示。他认为,这类人才的缺乏是业内普遍存在的现象。“由于图书的特殊性,需要经营者具备不同于百货、餐饮经营的专业知识。因此即使在商业流通领域具备较强能力的经营、管理者,对图书的专业性知识往往也掌握不够,图书知识具备的,往往又缺乏商业经营和管理的经验,懂书又懂经营的人才在年轻群体中极为缺乏。”而快节奏的工作、较大的生活压力,使年轻人难有“沉淀”的耐心与能力。

同样的困扰,也出现在山东泰安文友书店、广东学而优书店、重庆精典书店等民营书店中。“爱书且有一技之长的人往往待不长久”,赵勇总结道。他表示,与阅读方式和图书销售方式有关的新事物层出不穷,单纯工作在书店的营业员已很难跟上市场变化的节奏。“书店非常希望活泼、会玩的新人加入,但由于薪资、热情以及书店繁琐的日常工作,很多人尝试后选择了放弃。”

打造寻才“产业链”

尽管遭遇人才紧缺等困难,但民营书店吸引人才的努力并没有停滞,面对不利现状,针对人才选拔的改革正在紧锣密鼓地筹划实施中。

目前,随着企业规模的不断扩大,西西弗书店正面临快速发展与人才资源不匹配的问题。面对商品专业型、运营管理型人才缺乏的困扰,“西西弗正在通过多元渠道、岗位、类型来引进招募人才,不再一味‘文凭论’与‘能力论’,更加关注发掘人的思维潜力、品行素养,同时给新加入员工及时提供培训与晋升成长空间。”钱晓彬说。而文友书店焦海蓉表示,文友书店目前正采用线上招聘、线下介绍等多种人才引进渠道,并为求职的年轻人提供个性化的面试内容,多途径了解、吸引人才。

友谊书城在新人才招聘上的改革更为彻底。赵勇认为,目前传统社会招聘模式已很难满足当前书店的经营需求,“我们主要从两方面尝试改变:一是加强与大中院校联系,通过校园招聘、在校兼职等多种方式,为学生提供到书店就业、兼职的机会,使学生有了解行业经营的机会,对行业有更广泛的认知,为今后入职选择做好铺垫;

二是加大与同行业的接触、联系,在行业大产业链上挖掘经营、管理的成熟人才。”

对于管理者来说,招到合适的人才只是开始,如何用好人更加考验管理者的智慧和水平。如何让年轻人在合适的岗位上发挥才能最大化,更好地为书店服务?钱晓彬表示,四川西西弗目前在人才招储上已形成了不同的考量体系,通过内聘与外聘相结合,管理培训生培养模式、储备干部班培养模式与企业运营培养培训体系相结合的方式,以及人才轮岗机制与岗位试用期计划,为人才搭建知识学习、工作实践和人才评估规划等立体成长平台。

“90后、95后正大量走上工作岗位,将成为工作的中坚力量。我们力争在店面装饰、工作方式、企业活动等多方面提供适合其年龄特性、时代特征、精神追求的综合平台,使其在工作中享有更大的成就感、幸福感,具备更强的创造动力及工作热情。”钟原胜总结道。

重庆新华沙坪坝书城 新装开业打造文化体验城



中国出版传媒商报讯 日前,停业装修4个月后,重庆新华沙坪坝书城以全新姿态亮相重庆市沙坪坝区三峡广场,成为重庆新华传媒又一家体验式书城。宽阔的扶梯,通透的镜面,钢制的墙体,精致的指示牌,步入书城一楼通廊,时尚气息扑面而来。书城打破以往中规中矩的布局,增加了公共空间,读者不再感到局促压抑。全长近12米的主服务台位于二楼入口处,优雅大气,便于为读者提供优质服务。

沙坪坝书城经理李建勋表示,新装后,书城硬件提档升级,软件的打造将是书城下阶段的工作重点。书城在着力打造一系列更具书香味和吸引力的营销活动同时,实施新的员工考核办法和内部管理制度,加强员工服务技能培养,引入教育培训公园,用全新理念服务广大读者,引领文化区的文化潮流,为重庆新华图书馆向体验式转型探路。(张好)

万种外文原版教材齐聚 国际知名出版商互动 2015北京台湖国际教育图书展举办

上海新华CNONIX标准应用获专项资金支持

中国出版传媒商报讯(记者 潘修睦)日前,上海新华传媒收到上海市文化事业管理处《关于下达2015年度中央文化产业专项资金的通知》,确认“新华传媒CNONIX图书发行体系应用示范项目(一期)”获得财政部文化产业发展专项资金960万元的支持,项目计划从2015年开始,于2016年年底结束。

据悉,CNONIX标准是我国出版物在线信息交换、图书产品信息描述的统一规范格式,是发行标准体系中基础核心关键标准。近年来,围绕

CNONIX标准建设,上海新华旗下各公司进行了一系列基础工作,提升了公司图书书目信息的加工处理能力。自2014年起,上海新华开展了为出版集团图书书目代加工业务,还向各省发行集团提供基于CNONIX标准的图书书目数据,在数据格式上向CNONIX靠拢,为项目申请提供了必要支撑。

目前,上海新华已成立了“CNONIX标准发行体系应用示范项目”领导小组及工作小组,按照项目总体目标要求,稳步推进相关工作。

展场分为国际出版集团教育图书展区和北京市图书进出口有限公司自主备

货订采区两大展区,并开设互动交流专区,推出了多场原版教材教辅主题教学讲座和新品图书推介活动。在托福机构考试推广区内,北京市图书进出口有限公司首次与美国教育考试服务中心(ETS)托福考试机构合作,联合举办美国霍顿米佛林出版社《Starship English》新品发布会。这是目前国内小学托福(TOEFL Primary)考试唯一指定辅导教材。活动还邀请首家成为国内小学托福考试试点的树人英语学校的师生现场进行模拟课堂展示。主办方还推出原版教材推介和教研培训系列活动,包括“美国核心课程在ELL课堂中的应用”专题讲座;“英文阅读能力测评和管理系统”推介活动和“牛津数字化学习资源介绍”讲座;“美国国家地理学习产品介绍”推

介活动。

在北京市图书进出口有限公司自主备货订采区,主办方准备了牛津出版社和剑桥出版社出版的CIE、IB考试教材,英国培生教育出版集团出版的《Rigby Shared》系列读物,AP中文课程考试指定教材《加油》等。此外,企鹅出版社、兰登出版社等国际知名大众图书出版集团出版的进口外文原版图书副本量充足,较好地满足了采购客户现场挑选、现场采购、快速发货的购书需求。

此次书展还推出了定向推荐、现场订购、出单结算的“一站式”接待交易模式,由一批外语水平高、业务技能强的员工开展全程“一对一”陪同服务,并以优惠的价格为客户提供图书现采和订购业务。(郭虹)



■中国出版传媒商报记者 焦翊

随着科技发展的日新月异,出版发行行业正经历着深刻的变化,很多发行集团主动适应市场变化,创新求变。其中,湖北省新华书店(集团)有限公司(以下简称湖北新华)在确定多元化经营战略后,集中力量,通过集团的内外招聘集聚人才,成立了新业务事业部。该部门成立后,进行了广泛的社会招聘,通过与多种形式、多品牌的公司合作,将部门作用最大化,通过新华银兴国际影城,“新华”书法套装、“新华”办公用纸等“新华系”产品及项目融资等具体经营实践,成为新华发行集团在多元化改革中的先行者与实践。

目前,湖北新华的新业务事业部主要分为多连锁店联营招商、自营多元化产品和政府采购业务三大板块。据了解,2015年,新业务事业部预计销售回款同期增长超过12%,呈现出良好的增长势头。湖北新华新业务事业部副经理何立表示,新业务事业部的成立,为湖北新华的多元化产品运营搭建了统筹平台。

实施平台战略打造自有品牌

凭借多年的发展经验,湖北新华在搭建供需平台、坚持实施品牌战略的同时,逐步完善“新华系”产品,覆盖范围不仅面向社会层面,更在深挖内部需求上做文章,先后从集团内部需求以及政府新政策上,推出了“新华”系列办公用纸和“新华”书法套装两个具有代表性的产品,成为书店经营的新增长点。

“目前,我们开发的‘新华’系列办公用纸,产品包括A4、A3等多功能复印纸,241系列打印纸,收银纸等42个品种,一年时间里从无到有,年销量达到800吨。”湖北省外文书店总经理助理刘行斌介绍说,外文书店通过“互联网+”项目,开发网上销售平台,在加强产品宣传力度的同时,发挥“新华”品牌优势,实现了“新华”系列办公用纸等产品销售的逐年增长并迈向全国市场,成为全国市场有竞争实力的畅销品牌。

“新华”书法套装是湖北新华在品牌战略与市场观察实践上又一成功案例。据何立介绍,湖北新华新业务事业部通过对市场的调研及政策的研究后发现,教育部虽已将书法纳入3~6年级学生的必修课程,但目前湖北市场上并没有与书法课程配套的练习册和练习材料。得出这一结论后,湖北新华新业务事业部通过与文具厂商密切合作,出品了“新华”书法套装,并于2015年9月新生开学前投入市场,获得了学生和家长的肯定与支持。

深挖市场需求构建多元产业链

在打造产业链经营的道路上,湖北新华也进行了卓有成效的尝试,在与其他领域企业的合作中,湖北新华不仅研发、推广新产品,更在打通上下游渠道上下功夫,实现了以服务“新华系”产品为主要目标的全产业链经营。

湖北新华在非主业领域选择与行业内的大品牌合作,实现由单一经营向平台化的转型,不仅节约了人工与时间成本,更加速了企业转型的速度,为预期成绩的实现增添了可靠砝码。以湖北新华与上海晨光文具的合作为例:今年9月,湖北省“2015年文化产业长三角招商洽谈会”在上海举行,借此机会,湖北新华董事长甘霞蓉与上海晨光文具股份有限公司总裁陈湖雄签订了全面战略合作协议。实际上,早在2014年,湖北新华与上海晨光联合开发的“湖北新华·晨光生活馆”项目就已在新华书城泛海店、汉川和十堰分公司建成,并于今年3月正式营业。据相关负责人介绍,此次合作后,湖北新华与晨光的新项目开拓将持续推进,通过5年左右时间,在湖北新华所属连锁店、校园店、社区店中开设新华晨光生活馆、新华晨光文具专区。“项目实施完成后预计可占湖北省文化用品10%左右的市场份额。”

搭建多元产品运营平台